AOU初の通常総会

8割以上の加入めざす

副会長に佐久間氏加え、新たに顧問3名委嘱

ＡＯＵ　梅原会長

㈳全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（事務局東京、梅原靖三会長、加盟団体四十一、ＡＯＵ）は、六月十八日、東京・八重洲のルビーホールで初の通常総会を開催したほか、総会終了後に設立披露パーティーを催した。同総会には委任状十四を含む三十八会員が出席した。

梅原会長が冒頭挨拶し、「ＡＭ業界は十数年の内に急激に成長したが、急激さゆえに無責任経営者（オペレーター）の参入を招いた。その結果『八号営業』として風営法の対象になったが、連合会を含め各協会の努力により無責任経営、青少年対策について次第に解決しつつある。今後の課題としては、業界の利益より社会のニーズ、利益を先に考えて行動すること、そこから業界の利益を受けるよう進めることだと考える。この総会で基本方針を決め、それに沿ってできるだけ多くの人が事業に参加する連合会運営をめざしたい。当面、四十七都道府県くまなく業者団体を作り、全国のロケーションの八〇％以上が会員傘下のオペレーターによるものになるよう努力したい」と述べた。

議長に加藤駿介副会長を選出、総会議案の審議に入った。総会議案のうち、平成元年度事業報告案、同決算案、二年度事業計画案、同予算案は原案どおり承認された（第一回理事会の記事参照。事業計画は左下のとおりで項目のみ）。

役員改選については定款および「理事・監事選出規程」に沿って第一回理事会（五月二十三日）に理事候補二十名、監事候補二名を決定しており、これら候補者について拍手で承認された。

以上の議案のほか報告事項として、専門委員会規程と地区協議会規程について説明があった。以上で第一回通常総会を終え、引き続き第二回理事会を開催、新たに決まった正副会長らを披露した。

理事会では駒井徳造副会長が梅原会長再任を求めて、会長再任が決まり、副会長は会長が指名して決まった（以下カッコ内は所属地方協会の都道府県名、敬称略）。

会長＝梅原靖三（大阪）。副会長＝駒井徳造（東京）、真鍋正（同）、加藤駿介（愛知）、佐久間正則（宮城）。常務理事＝森武美。理事＝田中亀雄（北海道）、大野圭一（茨城）、入江昭造（栃木）、石川忠太（新潟）、大植正道（東京）、畑晴夫（山梨）、山田進（愛知）、鈴木光紀（三重）、峯久（大阪）、松田次雄（岡山）、平本将人（広島）、武市哲夫（徳島）、児玉輝男（福岡）、政須美夫（鹿児島）。

監事＝吉村敬一郎（群馬）、吉川正明（静岡）。

定款第十五条に基づく「顧問」の委嘱が新たに行なわれることになり、「学識経験者」の中から次のとおり三名を委嘱した。これはＪＡＰＥＡ、ＳＣ遊園協会、ＪＯＵのそれぞれの立場から意見を述べる、という趣旨で、顧問は役員ではない。

顧問＝山田俊夫氏、内田博氏、宇島準一氏。

また専門委員会の委員長は次のとおり決まった。運営委・梅原靖三氏、法務委・加藤駿介氏、健全娯楽推進委・峯久氏、研修委・佐久間正則氏、広報委・駒井徳造氏。

うち運営委員会の委員は副会長四名、常務、そして大植理事、畑理事の計七名となった。他の委員会の委員は後日、委員長が任命する予定。このため執行部では七月上旬にも各委員長と運営委員会の合同会議を、また七月下旬にも第三回理事会を開催、事業の円滑な実施をめざしたいとしている。

ＡＯＵ第１回通常総会にて、下の写真は副会長の（左から）駒井氏、真鍋氏、加藤氏（以上再任）、佐久間氏（新任）

AOUが関係団体招き

社団法人化披露

平沢課長は社会的責任強調

初の通常総会終了後、ＡＯＵの設立披露パーティーが開かれ、総会出席者のほか㈳青少年育成国民会議、㈳日本アミューズメントマシン工業協会（ＪＡＭＭＡ）、全日本遊園施設協会（ＪＡＰＥＡ）など関連団体からも出席、約七十名の規模で進めた。

梅原会長は、「会長としてあと二年務めさせてもらうことになった。副会長には佐久間氏を加え増強した。業界利益の前に社会のニーズをとらえ機敏に組織を運営していきたい。営業者の八〇％以上の組織率を一、二年の間に達成したい」と述べた。

来ひんとして警察庁保安課の平沢勝栄課長が挨拶し、「旧ＡＯＵは六十年十月に業界の健全化、社会的地位向上を目的に設立され、目的に沿って活発に活動し高く評価された。このほど、事業内容、目的等が公益の増進に寄与すると認められ、社団法人設立の許可が与えられた。関係者の苦労に敬意を表する。今、業界、事業の社会的責任が強く言われている。利益だけでなく社会的貢献を考えていかねばならない。こういう観点からすると当業界は今まで十分だったとは言えない。法人化を機に社会的責任を自覚し、目的に挙げられた業界健全化、社会的地位向上に積極的に取り組んでほしい。要望のあるクレーンの賞品価格の改正については近いうちに連絡できる見込みだ。二十一世紀に向け魅力ある業界にできるかは、各自の決断にかかっている。決して目先の利益にとらわれず、長期展望に立った着実、健全な営業をしてほしい。行政としても責任を自覚し、健全発展できるよう力添えをする」と述べた。

次にＪＡＭＭＡの中村雅哉会長が挨拶、「昭和三十年以来この仕事に携わっているが、この仕事をしていて良かった、と誇りに思っている。自分のロケーションを自信を持って子どもに見せることができる営業をしよう、と言い続けてきたし、今もそう思っている。社会的責任という話が出たが、業界がこれだけ大きくなると周囲の期待も大きくなり、これを避けることはできない。期待に応えるとともに社会的責任を果していきたい。梅原会長とは多少意見のずれがあるが、お互いにもっとコミュニケーションを良くすれば、ＪＡＭＭＡ会長として誤解されることも少なくなるのではないか、と思う」と述べた。

乾杯の音頭で、青少年育成国民会議の上村文三専務理事は、「ＡＯＵとは昭和六十年設立以来の深い付き合い。指導員養成講座など積極的な取り組みに感謝している」と述べた。なお中締めは駒井副会長が行なった。

設立披露パーティーにて、上の写真（左から）ＪＡＭＭＡの中村会長、ＡＯＵの梅原会長、警察庁保安課の平沢課長

AOU事業計画

1　正会員の行う事業に対する指導及び連絡

①　正会員の行う事業の適正化に関する指導、助言

②　正会員相互間の情報の交換、協力に関する連絡調整

2　アミューズメント施設営業の適正化に関する自主規制

①　自主規制案の作成

3　アミューズメント施設営業の適正化に関する啓もう啓発

①　不適正事案に関する資料の収集及び分析

②　アミューズメント施設営業の適正化に関する広報宣伝

③　機関紙の発行

4　アミューズメント施設営業に関する苦情の処理

5　アミューズメント施設営業に関する研修会等の開催

①　アミューズメント施設営業者に対する経営者研修会の開催

②　アミューズメント施設営業者に対する青少年指導員養成講座の開設

6　アミューズメント施設営業に関する調査、研究及び統計の作成

①　アミューズメント施設営業に対する国民意識の調査、研究

②　アミューズメント施設営業に関連する法令等に関する調査、研究

③　遊技設備に関する調査研究

④　アミューズメント施設営業に関する統計の作成

7　アミューズメント施設営業者に対する適正な遊技設備の紹介

①　遊技設備の展示会の開催

8　アミューズメント施設営業者及び従業員の福利厚生

9　アミューズメント施設営業の適正化を促進するために主務行政官庁の行う施策に対する協力

10　関係機関、団体等が行う防犯活動及び青少年健全育成活動に対する協力

①　全国防犯運動に対する協力

②　民間団体等の行う防犯活動、青少年健全育成活動に対する協力

11　上記の事業のほか定款第一条の目的を達成するために必要な事業

マーケティング部会

AOUから説明

連合会の組織、活動状況など

ＪＡＭＭＡのマーケティング部会（川楠俊太郎部会長）は六月六日、東京の虎ノ門パストラルで第十回会合を開催、ＡＯＵの森武美常務を招きＡＯＵの組織、活動状況について説明を受けた。

森氏は、ＳＣ遊園が先に警察庁に法人化を打診したが、同庁はＡＯＵを優先したとの経緯や、通報制による違法営業排除などの活動を説明した。

違法営業取締りについて警察庁は具体例で示すことを求めており、さらに要望する、としている。

創業20周年を記念し

カワクス沖縄招待旅行

パーティーではコイン供養のイベントも

挨拶する川楠社長

㈱カワクス（本社大阪、川楠俊太郎社長）では六月十二日から三日間、同社創業二十周年を記念し沖縄招待旅行を実施した。これには同社取引先など二百名以上が招待され、同社社員を含め総勢約二百四十名という一大ツアーとなった。

同社では「長年にわたりご愛顧いただいた方々への感謝として、創業二十周年を機に計画したもの」としており、関西の業者を中心に全国から一社一名を原則としてツアーに招待した。

参加者が多数のため全員まとまっての行動はできず、十三日夜に開かれた懇親パーティー「感謝の集い」以外は自由行動となった。参加者は仙台から鹿児島までの計十ヵ所の空港から十二日に順次那覇空港へ到着。それぞれチャーターバスに分乗し「東南植物園」見学後、恩納村にある万座ビーチホテルとサンマリーナホテルに分かれて宿泊。翌日は観光、ゴルフまたは自由行動と希望により分かれ、三日目は昼食後順次帰路についた。

十三日夜の懇親パーティーは万座ビーチホテルで開かれた。地元琉球放送の垣花アナウンサーの司会により、冒頭挨拶に立った川楠社長は「日頃お世話になっている方々にこうしてお礼を言わせていただけることは、本当にありがたい。私は今年五十歳になるが、こんなうれしい日は今までになかった。感激で一杯だ。取引先の皆さまの援助と、私と一緒に苦労してくれた社員の努力の結果として、このよき日を迎えられたということを心に強く刻みつけ、今日を境に新しく出直す気持ちで、今後ますます情熱的に頑張っていきたい」と語ったが、途中感激のあまり絶句する場面もあった。

次にAOUの梅原靖三会長が「こんなにたくさんの業界人を集めていただき、うれしく思う。今後もカワクスが業界の総合商社として発展し、二十五、三十周年には川楠社長がもっとうれしい日を迎えられることを祈る」と述べ、乾杯の音頭をとった。宴に入り琉球踊り、豪華賞品を用意したビンゴ大会やカラオケ大会などがあり、終始なごやかに進められた。

途中で〝コイン供養イベント〟というものが行なわれた。これは「当業界がお世話になっている硬貨に感謝する」という趣旨で、参加者が手持ちの硬貨を提供、これを〝供養〟し福祉関係に寄付するというもの。集まった硬貨は合計十五万四千円強となり、これに同社が上乗せし三十万円を地元の恩納村の社会福祉協議会へ翌朝寄付した。川楠社長は寄付先について「恩を納める村というのはこの趣旨にぴったり」と語った。なお〝供養〟では簡単な〝祭壇〟に硬貨を供え香をたき、㈱富士リースの山本英二社長が僧の姿をして合掌、梅原会長、川楠社長らが順次感謝を込めて手を合わせた。

続いてオーケー興産㈱の八尾嘉宥社長が「二百数十人全部まとめて楽しい島流し、ということをされた業界の人は今までいなかった。これを機に業界の流れも変わっていくものと思う」と述べ、万歳三唱の音頭をとった。

カワクスは七一年六月、シンコー娯楽産業として創業、景品販売を主に自販機、ゲーム機の販売、レンタルを開始。七三年十二月株式に改組し現社名に変更。以後ディストリビューターとしてゲーム機販売を主業務とし、直営店も順次増やし現在十店舗を運営。東京と福岡の二ヵ所に営業所を設置している。従業員数は約六十名。

カワクス「感謝の集い」にて、上は八尾社長が挨拶しているところ

沖縄でのカワクス・ゴルフ会で優勝したテヅカの手塚社長（右）と入賞した赤尾商事の赤尾社長

西部リース新本社ビル完成

関係者に披露

曽我社長「10月にホノルル店」

㈱西部リース（本社静岡市、曽我栄蔵社長）ではかねてより建設を進めてきた同社本社ビルがこのほど完成し、六月十三日に新本社ビル披露パーティーを開催、AM業界関係者ら約二百名が出席した。

新本社ビルは旧本社ビルを取り壊した跡に建設されたもので、敷地面積は約千六百十平方㍍、建築面積は七百五十八平方㍍。建物は鉄筋五階建てで、外壁は白タイル張り。三階から上は曲線を生かしたモダンなデザインとなっている。また国道150号線に面した同ビル入口部分の壁面はガラス張りで、28㌅TVモニター十六個によるマルチスクリーンを設置しているのが特徴で、衛星放送やLDなどを映し出すほか、同社の情報サービス（FCソフトなど紹介）に使われる。

各フロアの構成は一階に同社直営ジーンズショップ「ペップボーイ」とサービス部門、二階にショールームと各部事務所、三階に社長室と事務所、四階に同社関連会社の㈱ビック東海の開発部門が入り、五階は会議室と食堂になっている。

新本社ビルが披露された後、焼津市の焼津グランドホテルに会場を移し、記念パーティーが行なわれた。

同パーティーで曽我社長は「昭和四十四年設立以来二十二年間、幾多の山河があったが、今日新社屋落成の宴を開けたことは最上の喜び。関係各位に感謝したい」とし、「レジャー産業はフォローの風が吹いており、当社も順調に伸びている。念願のハワイ・ホノルルの直営店も十月オープンの運びとなった。今後も〝レジャーは文化なり〟をモットーに全社一丸となって努力していく」と挨拶した。

セガ社・中山社長

曽我道雄氏

トーカイ・藤原社長

曽我栄蔵氏

来ひんとしてまずザ・トーカイの藤原明社長が「西部リースが今日あるのは曽我社長の人柄と発想力、経営感覚によるところが大きい」と述べ、セガ社の中山隼雄社長は「曽我社長は大変気前がいいが、仕事となると厳しい采配をする。知と情を備えた経営者として尊敬している」と挨拶。

また日本ビクターの北村俊丸常務は「西部リースとは十年来の付合いだが、飛躍的に成長されたことに敬服している」とし、第一興商の保志忠彦社長は「経営を多角化する曽我社長の見識は素晴らしい」と語った。三菱信託銀行の山本弘副社長は「曽我社長とは十五年前に知り合ったが、これほど業績を伸ばすとは思わなかった」と述べた。

この後、曽我社長と来ひん五氏による鏡割りが行なわれ、曽我社長の友人代表として松下升二郎氏が乾杯の音頭をとった。

祝宴では実業家兼タレントのダニエル・カール氏によるカラオケ、「清水次郎長太鼓」の実演などアトラクションがあった。

最後に同社の曽我道雄会長が謝辞を述べ、テクモの柿原孝社長が三本締めを行なった。

西部リースの新本社ビル（上）と披露パーティー会場のようす

特許・実用新案 出願公告・公開（6月16日～29日）

特許庁に出願された特許および実用新案の公告ないし公開の最新分で、AM業界関連のものは次のとおり。記事内容は、公告／公開の日付、発明／考案の名称、出願人、公告／公開番号、出願番号の順に掲載。なお(請)は審査請求のあったものを示している。具体的な内容については、各地の発明協会などにお問合わせ下さい。

特許出願公告

六月二十二日＝「ビデオ遊技機」、㈱大一商会（愛知）、2-28351審、54-109189。

実用新案出願公告

六月二十五日＝「アトラクションボックス」、㈱タイトー（東京）、2-23360、60-97402。

実用新案出願公開

六月二十日＝「観覧車の回転輪」、㈱トーゴ（東京）、2-79995、63-159875。「疑似体験装置」、カヤバ工業㈱（東京）、2-79996、63-159780。

六月二十六日＝「電子式ゲーム機における移動体の移動速度制御装置」、斎藤隆（東京）、2-82392、63-163165。

新風営法の「特別の日」

京都で追加告示

祇園祭など9日間制限延長

京都府で新風営法に基づく「特別な事情のある日」の風俗営業の営業時間制限の特例は、これまで十二月三十日から一月一日までの午前〇時から一時までしか認められていなかったが、六月二十二日に京都府公安委員会が新たに「特別な事情のある日」を九日分（いずれも午前一時まで）追加した。

追加したのは、①祇園祭に伴う七月十五日から十七日までで、京都市内のみ、②旧盆の八月十四日から十七日まで、③クリスマスの十二月二十五日と二十六日。

京都府の新風営法施行条例では、十二月三十日から一月一日までの三日間を定め、その他の「特別の事情のある日」については公安委員会が別に告示することになっていたが、これまで告示が行なわれず、同施行条例施行後五年を経てやっと告示されたもの。この告示は七月一日から施行され、今年の祇園祭に間に合うことになっている。

なお営業時間制限の特例の対象となるのは、すべての風俗営業（一号から八号まで）だが、「八号営業」にはメリットが大きいと見られている。

セガ社の4月決算

好調に増収増益

八木、桑崎両氏は取締役内定

(株)セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）はこのほど四月末決算を明らかにしたが、それによると売上高七百八十六億三千四百万円（前年比四二・四%増）、経常利益百十億三千九百万円（七七・〇%増）、当期利益四十八億四千五百万円（六九・七%増）と大幅な増収増益を示している。

部門別売上高では業務用機器二百十六億六百万円（構成比二七・五%）で前年比二五・一%増、コンシューマー機器は三百九十一億五千三百万円（四九・八%）で前年比四九・八%増、オペレーション収入は百七十三億二千五百万円（二二・〇%）で前年比四一・五%増、ロイヤリティ収入は五億五千万円（〇・七%）で前年比二二・五%減。とくに家庭用TVゲームなどコンシューマー分野が急伸しただけでなく、業務用とオペレーション収入が好調に伸びた。

輸出分は業務用機器百一億五千百万円（構成比一二・九%）、コンシューマー機器二百六十八億七千三百万円（三四・二%）、ロイヤリティ収入四億一千六百万円（〇・五%）で、全体の輸出比率は四七・六%と高い。

同社では決算期を四月から三月に変更する予定で、九一年三月期（十一ヵ月変則決算）では売上高九百三十億円、経常利益百三十億円、当期利益五十九億円を見込んでおり、さらに積極的に業容拡大に努めるとのこと。

同社では七月二十七日の定時株主総会を経て、次の役員異動を行なう。

取締役、海外コンシューマー事業本部長八木国勝氏▽同、資材本部長桑崎茂氏。

新任取締役となる八木氏は昭和十六年六月生まれ。五十九年にセコム(株)入社、六十二年二月にセガ社入社、第二海外事業部長兼営業部長などを経て今年五月から海外コンシューマ事業本部長。桑崎氏は十五年十月生まれで、三十九年に沖電気(株)入社。六十一年十二月にセガ社入社、調達物流本部長兼調達部長などを経て、今年五月から資材本部長。なお今年六月から(株)亜土電子工業の取締役を兼任。

八木　国勝氏

桑崎　茂氏

論潮

その後のブーム

ブームというのは実にやっかいなもので、先に手がけた業者は儲るが、そうでない場合はみじめなだけである。最近の例では、ビリヤードブームがそうで、もうすっかり熱はさめてしまっている。そう言えば、四、五年前に「巨大迷路」ブームというのがあったが、すでに人びとの頭の中には記憶すら残っていない、と思われるほどだ。

目下、ピークに達しつつあると言われる「カラオケボックス」「カラオケルーム」については、いくつかの県条例などで規制が始まっている。密室性、飲酒、深夜営業などの面で、これらの営業に問題はないかと検討されており、今後の盛衰が注目されている。

逆に、かつてブームを呼び、一度は衰退したボウリングがかなり復活してきている。最盛期の昭和四十八年当時から、五十三年ごろまで人気が落ち込んだ後、次第に回復し今では最盛期の三分の一程度まで復活した。プレイヤー人口は三千六百万人あると見られており、スポーツ大会でも採用されつつある。こうなるとブームという一時的現象で説明はつかない。

AMゲーム機のオペレーターは、かつてボウリングブームに乗ってロケーションを拡大していた時期があった。そして、ギャンブル機を賭博に使わないことを基本ルールにしたメダルゲーム場のブーム（四十九年ごろ）も、大きな利益をもたらした。しかし、アングラと言われる違法営業者も勢いをつけ、今日に至るまでAMゲーム市場を脅かすに至っている。

時流に逆わず、むしろ時流に沿って営業を進めるのは普通のやり方だと言えるが、全体的な傾向が悪い方向に向っている場合、できるだけ早い時期に軌道修正しなくてはその営業そのものが危険にさらされる——そういうことをメダルゲームは示している。新風営法でAMゲーム機がギャンブル機と区別なく扱われることによって、損をするのはAMゲーム機だけのオペレーターである。これは不当な規制でしかない。

カプコン定時株主総会

新任取締役4名

浜田、保木、坂井、小沢各氏

(株)カプコン（本社大阪、辻本憲三社長）では六月二十六日の定時株主総会を経て、次の取締役四名を新たに選任した。

取締役、製造部長浜田典彦氏▽同、第一営業部長保木純夫氏▽同、企画制作部長坂井昭夫氏▽同、総務部長小沢吉郎氏。

浜田氏は昭和二十二年十月生まれ。四十七年に東工大生産機械工学科中退、五十二年に(株)ユニバーサルに入社、五十八年にカプコン入社、技術部長、昨年四月から製造部長。保木氏は二十一年七月生まれ。四十四年に法政大文卒、四十八年に太東貿易(株)(現(株)タイトー)に入社、六十年にカプコン入社、営業課長、昨年四月から第一営業部長。坂井氏は三十年八月生まれ。四十九年に兵庫県立西宮高卒、五十三年に(株)コイン・ジャーナル入社、(株)フェイスを経て六十二年にカプコン入社、経営企画室次長、六十三年八月から企画制作部長。小沢氏は十二年六月生まれ。三十五年に神戸大経済卒、日本エクスラン工業(株)入社。昨年四月にカプコンに入社、総務部長。

T・I・T親和会の

機関誌「遊和」

創刊号を6月中旬に発行

(株)タイトー（本社東京、長谷川桂祐社長）の製品取引業者の親睦会、TIT（タイトー・インフォメーション・テクノロジー）親和会(内田博会長)は今年一月に発足したが、その機関誌「遊和」の創刊号が六月中旬発行された。

体裁はA4版、二十四頁で、設立総会の記事、正副会長の挨拶、会員名簿などのほか、戦後のAM業界に関する「アミューズメント今昔物語」、イメージアップのための「接客アドバイス」などの読み物も収められている。

TIT親和会では発足後、まずAOUエキスポ90でプリンスホテルにVIPルームを開設（二月末）、会員会社のための新入社員研修会を開催（四月中旬）、また大卒予定者を対象としたタイトー主催の講演会「アミューズメント産業セミナー」を後援した。

T・I・T親和会・東京事務所＝東京都千代田区平河町二の三の十、ライオンズマンション308、☎二六四—八一七七。

大レ協役員決定

事務所は峯興業内に移転

大阪レジャー機器(協)では峯久理事長の再任だけが決まっていたが、このほど他の役員の選任手続きを終えた。新役員は次のとおり。

理事長＝峯久氏（峯興業(有)）、相談役理事＝田中熊雄氏（(株)マルキ）。

理事＝高橋靖和氏（富貴商会）、伴久子氏（(有)東芸社）、陳彭氏（合栄産業(株)）。監事＝曽久雄氏（駒川商会）。

このほか会計に松居袈裟子氏（(株)大阪サービスゲームズ）、厚生に林米雄氏（(有)ヘッド企画）、事業部長に金沢浩氏（ダイショー商会）を選任。

従来の事務所を引き払い事務局は峯興業内に移転した。

大阪レジャー機器(協)＝大阪市天王寺区玉造元町十四の二、☎七六一—九一八二。

バンプレストが役員を異動

星氏は常務に

(株)バンプレスト（本社東京、杉浦幸昌社長）は六月十五日の定時株主総会と取締役会を経て、次のとおり役員を異動した。

常務（取締役）管理・営業担当星和弘氏▽取締役、越野健司氏。

同社は(株)バンダイの業務用機器部門。昨年二月にコアランドテクノロジー(株)から社名変更した。新任取締役の越野氏はバンダイの専務で、バンプレスト役員兼任、非常勤。

開発担当の磯村信義常務は昨年退社し、データイースト(株)に移った。取締役の桑原寧社長室長も昨年退社している。

事務所移転

(株)TEXMEX＝東京都港区南青山五丁目四の二十四、ナカタビル、☎四九八—七〇六二、松田規義社長。

ナミキ商事(株)＝東京都大田区西糀谷三丁目三の十一、☎五七〇五—三四三一、笠次宣男社長。

(株)アキュー＝名古屋市昭和区白金一丁目六の六、☎（〇五二）八七一—二二九二、桂川久太社長。

(株)ユニバース＝大阪市住之江区北加賀屋五丁目八の五十七、☎六八二—三四四四、寺山和広社長。

社名変更

(株)エルヴィ（旧・(株)ラスベガス商事）＝名古屋市緑区鹿山二丁目四十七、☎（〇五二）八九一—九五〇〇、萩正道社長。

営業所開設

(株)ウェップシステム・サービスセンター＝東京都中野区弥生町三丁目三十五の二十一、☎二九九—六九九一。

(株)アキュー・大阪営業所＝大阪府豊中市玉井町一丁目三の二、☎八四一—九二三八、橋村信義所長。

家庭用ＴＶゲーム市場拡大映す　夏季ＣＥＳ90開催

NES／GBが主役
追うセガ社とNEC

テンゲン社　対任天堂訴訟は結論来春に
目立つセガ社「ジェネシス」巻き返し

上の写真はSCES90北館3階の奥にて、手前からアタリ、MPS、任天堂のようす。右は任天堂の巨大な小間の中の一部分。右下は4人同時プレイ用「サテライト」のデモのようす

米国の家庭用TVゲームブームは、アタリ社2600による前回のブーム（八二年がピーク）をとうに越し、歴史的な記録を日々更新しつつあるが、過剰ソフトの在庫問題なども深刻化しており、「量より質」が求められる傾向は一段と強まりつつある。これは、しかし、市場の拡大発展に伴うあまりにも当然の傾向だと言えるが、マーケティング担当者にとっては本格的な厳しさの到来を意味している。

米国の家庭用TVゲームの主役は、米国任天堂（ニンテンドー・オブ・アメリカ社、本社ワシントン州レッドモント、荒川実社長）による海外版ファミコン「ニンテンドー・エンタテイメント・システム」（NES）とそのゲームソフト。同社によると米国家庭用市場の約八〇％のシェアを確保しており、NESは「ニンテンドー」の名称で広く人びとに知られるところとなった。

これを追うのはセガ社、日本電気ホームエレクトロニクス、そして米国のアタリコープ（アタリゲームズ社とは別会社）のそれぞれの家庭用TVゲーム。さらに任天堂は昨年七月から米国でハンドヘルドTVゲーム盤「ゲームボーイ」を発売、ヒットさせており、この分野でもアタリコープなど次々と対抗商品を持ち込みつつある。こうして米国の家庭用TVゲーム市場は、かつてない活況を呈している。

コナミのNES用「レーザースコープ」の使用法

シカゴのCES

これは今年の夏季エレクトロニクスショー（CES）で示された特徴的な傾向と言える。CESは年二回、冬はラスベガス、夏はシカゴで開催される、一般消費者（コンシューマー）向け電気製品の総合展示会。完全なトレードオンリー（業者だけ）のショーで、コンシューマーは入場できない。この種の展示会では世界最大の規模のもので、十万人を越す業者でごったがえす。

S（サマー）CES90は六月二―五日、シカゴのマコーミックプレイス複合会場（北館、東館、センターホテル）で例年どおり開催され、約七十万平方フィートに約千四百社が出展した。家庭用TVゲーム関係は、この展示会の一分野としてマコーミックプレース北館の三階にまとめられた。ただし日本電気（NEC）の米国子会社、NECテクノロジー社は東館二階で、他の家庭製品とともに出品した。

米国任天堂はCESを重視しており、今回も一段と出展スペースを増し（五万五千平方フィート）、CES最大の出展社となった。同社の出展スペースには、〃サードパーティー〃によるサブ小間（サードパーティーが出展料を負担するが、統一された小間のレイアウトやハードは米国任天堂が手配する）が、何重にも並んでいる。なお米国任天堂は、他の玩具ショーには出展しない。

ちなみに隣接する米国セガ社の展示スペースは一万二千六百平方フィートと大きく、内部にはサードパーティーのサブ小間があるが、規模からすると任天堂の約四分の一。アタリコープ、米国コナミ社、タイトーソフトウェア社はいずれも二千五百平方フィートで、セガ社の約五分の一。テンゲンは千五百平方フィートで、セガ社の約八分の一の大きさだった。

強い米国任天堂

米国任天堂の巨大なブースにはNES本体と周辺機器（操作盤など）、NES用ゲームカートリッジ（ソフト）、NESソフトから生まれたマリオのヌイグルミ、コミック本などさまざまなキャラクターグッズ、これらをまとめてショーケース化した小売店「ワールド・オブ・ニンテンドー」、そして昨年から始まった「ゲームボーイ」とそのソフト、プレイヤー向けの雑誌「ニンテンドー・パワー」など、所狭しと揃べられた。

今回任天堂が発表した自社ソフトで注目されるのは「ドクターマリオ」で、ピンの上からカプセルが落ちてきて、同じ色で並べると、ピンの中のバイキンとともに消せるというもの。日本でもファミコン（FC）版が七月下旬にも発売される。

タイトーソフトウェア社（タイトーのカナダ子会社で家庭用専門）の独自の小間のようす。別に任天堂ブース内にサブ小間がある

コナミ／ウルトラ社のサブ小間のようす。これは任天堂ブースの中にあるが、さらに右手にコナミ独自の小間とつながっている

またソフトではないが、四人同時プレイを可能にする「NESフォースコア」「NESサテライト」も登場した。実用（あるいは教育用）ソフトとしては、ピアノのキーを叩きながら習得する「ミラクル」も面白い。画面にはピアノのけん盤が示され、プレイヤーは音楽の演奏者（プレイヤー）になれる。

NES用操作盤は、今夏日本でも発売される「パワーグローブ」が有名だが、この他にもいろいろある。さらに今回発表されたものに、米国コナミ社の「レーザースコープ」があり、これはプレイヤーが頭にかぶり、目で標的を追い、叫ぶと標的をやっつけることができるもの。視線を測るセンサーを使っているのがミソで、横スクロールのアクションもののソフトに向いている。

セガ社の小間にて、上の写真は正面入口。右手に「（家庭用）TVゲームの歴史」。下の写真はサードパーティーのサブ小間のようす。全体に黒色でイメージを統一

こういうふうに外部操作盤がいろいろ出来てくるというのは、まさにNES市場が巨大化していることによる。NES本体は八五年秋のテスト出荷以来、八六年に百十万台、八七年に三百万台（累計四百十万台）、八八年に七百万台（同千百十万台）、八九年に九百十万台（同二千二十万台）を出荷、ほぼ売り尽くしている。九〇年中には七百五十万台出荷し、累計二千七百七十万台に達する予定だ。これは米国の家庭の二九％に浸透することになる。

NES用ソフトは米国任天堂と〃サードパーティー〃による製品だけで八六年に三百万個、八七年に千五百万個（累計千八百万個）、八八年に三千三百万個（同五千百万個）、八九年に五千万個（同一億百万個）出荷してきた。九〇年中に七千万個出荷し、累計一億七千百万個に達する予定。

これらハードとソフトと合わせ金額で示すと、米国家庭用TVゲーム市場（八六―九〇年の五年間の累計）百二十三億ドルのうち、任天堂と〃サードパーティー〃は九十六億ドル（七八％）の売上げを占めていることになる。

左側上の写真はコナミのNES用「レーザースコープ」でデモプレイしているようす。下の写真はNES用ソフト「ミラクル」でピアノ演奏を習得できる、とデモしているようす

なお自社ソフトのうち「スーパーマリオブラザーズ」千八百七十万個、「同2」三百五十万個、「ゼルダの伝説」二百八十万個だが、「スーパーマリオブラザーズ3」が二位になる勢いだ。任天堂の自社ソフト以外の、〃サードパーティー〃によるNESソフトでは、米国コナミ社の「TMNT」（タートルズ）がミリオンセラーになっているほか、カプコン、テクモがそれぞれヒット作をものにしている。

サードパーティー

NES用ソフトのサードパーティーは現在五十六社。NES用操作盤などについては十五社。さらに「ゲームボーイ」用ソフトのサードパーティーは三十六社ある（重なるメーカーが多い）。これらのメーカーは米国任天堂とライセンス契約を結び、任天堂によるOEM生産を経て、マーケティングを行なう。昨年まではマスクROMなどの半導体不足で、生産割当て（アロケーション）が行なわれたが、半導体事情の好転に伴い大幅に緩和され、生産割当ての問題は解消した。

NES用ソフトのサードパーティーのうちには業務用メーカーが多く含まれており、業務用にも影響を及ぼしている。まず日本の業務用メーカー関係では、①アメリカン・サミー社、②アメリカン・テクノス社、③カプコンUSA社、④カルチャーブレーン社、⑤データイーストUSA社、⑥アイレムアメリカ社、⑦ジャレコUSA社、⑧米国コナミ社、⑨ウルトラ・ソフトウェア社（米国コナミの子会社）、⑩セタUSA社、⑪米国SNK社、⑫サンソフト社（サン電子）、⑬（カナダの）タイトーソフトウェア社、⑭タクザンUSA社（加賀電子）、⑮米国テクモ社、⑯米国ビックトーカイ。米国の業務用関係では、⑰アーカデアシステム社、⑱ロムスター社、⑲トレードウェスト社がある。

これに家庭用ソフトメーカーなどが加わる。まず日本のメーカー関係では、⑳米国アスミック社、㉑アスカ・テクノロジー社、㉒バンダイ・アメリカ社、㉓米国BPS社、㉔CSGイメージソフト社、㉕エニックス・アメリカ社、㉖FCI（フジ・コミュニケーションズ）、㉗HALアメリカ社、㉘ホットビーUSA社、㉙ハドソンソフトUSA社、㉚JVCミュージカル・インダストリーズ、㉛ケムコ・セイカ社、㉜米国コーエイ（光栄）、㉝米国メルダック社、㉞米国ナツメ社、㉟ネクソフト社、㊱NTVIC（日本テレビ）、㊲米国ソフィエル社、㊳米国スクウェアソフト社、㊴米国トーホー（東宝）。

米国その他のメーカー関係では、㊵アグソルート・エンタテイメント社、㊶アクライム社、㊷LJN社（アクライム社が最近取得した子会社）、㊸アクティビジョン社、㊹アメリカン・ソフトワークス社、㊺ブローダバンド・ソフトウェア社、㊻エレクトロブレーン社、

テンゲン社では「パックマン」がさかんに愛嬌をふりまく。NES用、ジェネシス用、ターボグラフィクス用、パソコン用のソフトを揃えた

アタリコープ（アタリコンピュータ）社の小間には、こんなにデカイ「リンクス」が飾られている。すでに日本では発売中だ

㊼エレクトロニック・アーツ社、㊽ゲームテック社、㊾ハイテック・エクスプレッションズ社、㊿INTV社、(51)マッチボックス社、(52)マッテル社、(53)ミルトン・ブラッドリー社、(54)マインドスケープ社、(55)パーカー・ブラザーズ社、(56)THQ社。

日本の業務用TVゲーム機メーカーでは、初期の頃から参加していたところが多く、また業務用でのヒット作を持っていることから有利に展開している。家庭用から参加しているメーカーも、いいゲームソフトを持っているところはいい。ところが、NES用ソフトのメーカーもこう多くなると、次第に"売れないソフト"が目につくようになってくる。

売れないソフト

とくに昨年暮から目立ち始めた"売れないソフト"の在庫問題は次第に深刻化しており、売らんがためのダンピングのため、"売れるソフト"を含めて全般にNESソフトは値下りを示している。何十万個も売れ残ったというタイトルはそう珍しくなく、メーカーはその処分に懸命になっているとも言われる。値下がりは一個三十ドルが十数ドルに下がるほど。

こうした"景気後退"の原因のひとつに、レンタルソフト屋が一日一ドルで一般に貸し出していることが挙げられる。サードパーティーの多くはこうしたレンタルソフトが今回の"景気後退"の最大の原因だ、と指摘している。しかしプレイヤー（一般消費者）の立場に立って考えれば、レンタルソフトに罪はない。買う価値があるソフトなら三十ドル出して買うだけのことで、買ったほうがレンタルより安くつく場合もあるはずだからだ。手に入れてすぐに飽きられるようなソフトなら、買う必要はなく、レンタルで十分だろう。そうするとレンタルソフトに罪はなく、もともと"売れないソフト"を作ったメーカーが責められるべきだと思われる。NESソフトは、"出せば売れる"という初期の段階に今はなく、ゲームソフトのよさが正しく評価される段階にある、と見てよい。いいソフトを出すことができないメーカーは、いずれ撤退せざるをえなくなるのではないか。

米国市場へ任天堂は昨年七月からハンドヘルド「ゲームボーイ」をカートリッジ「テトリス」とセットで投入、昨年だけで約百万台売り尽し、今年は五百万台売る予定。交換用カートリッジは昨年中に二百二十万個が売れ、今年中に二千万個売る予定。これら交換用カートリッジには三十六社のサードパーティーの作ったものが含まれており、「ゲームボーイ」市場は急速に拡大している。

このためNESソフトで苦戦しているサードパーティーの中には、「ゲームボーイ」ソフトでなんとか巻き返そうというところもある。しかし「ゲームボーイ」ソフト分野での競争は、NESソフト分野以上に厳しいとも言われる。結局はハードに見合う良いソフトを開発するしか打開策はないように思える。

バルーズ氏（左から２人目）とアイレムの(左から)中野哲雄常務、笹谷実部長、藤本正浩氏

（左から）欧州ジャレコのレフトリー氏、ジャレコの三枝弘幸部長、ＳＮＫの川崎英吉社長

マイクロプローズ（ＭＰＳ）社の「Ｆ15・ストライクイーグル」本体と画面

独自のテンゲン

NES用ソフトではサードパーティー以外に、米国テンゲン社（本社カリフォルニア州ミルピタス、中島英行社長）が独自に製造、マーケティングしている。同社はサードパーティーに属していたが、八八年十二月に米国任天堂を相手どって反独占訴訟を起こし、以来任天堂との間で反独占／特許訴訟が連邦地裁で争われているもので、結着がつくのは早くて来年初めとされている。テンゲン社では独自生産でNES用ソフトを次々と発売（ただし「テトリス」は著作権訴訟での予備的差し止め命令により発売中止）、さらにセガ社「ジェネシス」とNEC「ターボグラフィックス」用に「クラックス」など新タイトルを作っている。

テンゲン社に追随するサードパーティーは一社も出なかったが、任天堂によるコントロール、任天堂へのねたみなどさまざまな理由で不満を持つサードパーティーは少なくない。それらの理由が正当かどうか、と言うより、力の差があまりにも大きすぎるためかも知れない。この意味でも反独占／特許訴訟は大きな意味を含んでいる。

一方、以前から細々と独自にNES用ゲームソフトを出品してきたカラードリーム社は、今回セガ社「ジェネシス」用ソフトを加え、一段と本格的に出展した。台湾製でNES用、ジェネシス用をそれぞれ出品したが、どの程度市場に出ているのか分からない。任天堂が訴えていないところを見ると、ほとんど出回っていないのではないか。

ところでこのカラードリーム社は、ちょっと変ったソフトを開発しており注目される。「ヘルレイザー」というゲームソフトでは、カートリッジに特別のチップを組み込み、「16ビットカートリッジ」に仕立てているとされる。理論的には不可能ではないが、変ったことをするものだ。

セガ社16ビット

米国セガ社（セガ・オブ・アメリカ社、本社サンフランシスコ）のコンシューマー機器部門（マイケル・カッツ部門社長）は、八六年以来の8ビット「マスターシステム」を自社ソフトで展開しているが、今回はその普及版「マスターシステムII」を発表した。シンプルな低価格機で市場を掘り起こしている。これに昨年秋から16ビット「ジェネシス」（日本の「メガドライブ」に担当）を加え米国家庭用TVゲーム市場でのシェア確保を進めつつある。

このため同社は「ジェネシス」用ソフトのための"サードパーティー"形成を昨年から進め、今回のCESでは、サードパーティーのサブ小間を用意するところまで来た。これから次第に本格化していく、という段階で、テンゲン社だけが先行している。

サードパーティーの内わけは、日本のメーカー関係では、①金子製作所、②トレコUSA社（サミー工業）、③ナムコ・アメリカ社、④ビデオシステム、⑤九娯貿易、⑥マイクロネットUSA社、⑦セイジズ・クリエーション、⑧セイスミック社、⑨テクノソフト社、米国のメーカー関係では⑩アクティビジョン社、⑪ドリームワークス、⑫ニュービジョン・エンタテイメント社、⑬レイザーソフト社、⑭リノベーション・プロダクツ社、⑮INTV社、⑯テンゲン社。うちアクティビジョン社とINTV社が、NESのサードパーティーを兼ねていることになる。

セガ社の自社ソフトには、アタリゲームズ社、カプコン、タイトーからのタイトルもあるが、これらはライセンスもの。セガ社では「ムーンウォーカー」を筆頭に、人気歌手やプロ・スポーツ選手のキャラクターものを揃え、新作をラインアップした。

セガ社によると、米国家庭用TVゲーム市場の一五％を握っており、今年中に「ジェネシス」のハードとソフトを米国の百万以上の家庭に浸透させる、とのこと。しかしこれ以上詳しい数字は同社から明らかにされていない。

アタリの携帯機

セガ社は小間の壁画に「（家庭用）TVゲームの歴史」として、七五年のアタリ「ポン」から八九年のセガ社「ジェネシス」まで七機種並べ、九〇年代はセガ社の時代だと強調していたが、古い方から二番目の「アタリ2600」（七六年）について言うと、アタリコープのブースでまだ新作ソフトが出品披露されており、決して消えてしまったわけではないから面白い。

アタリコープ（アタリコンピューター、本社カリフォルニア州サニーベイル、サム・トラミエル社長）が力を入れているのは、ハンドヘルド「リンクス」だが、家庭用TVゲームの「アタリ2600」、「同7000」なども健在。このほかハンドヘルドのパソコン「ポートフォリオ」などパソコン関係がある。

「リンクス」は日本では昨年暮れから発売、米国でもテスト販売を開始しているが、生産量が少なく、これからと言ったところ。エピック社が開発したカラー液晶のTVゲームで、本体は台湾で生産されている。「リンクス」用のゲームソフト

スペクトロホロバイツ社の小間のようす。パソコン用ソフト専門で、キメの細かいゲームが得意。「テトリス」をヒットさせた

東館にあるＮＥＣテクノロジー社の正面。「ＰＣエンジン」の海外版「ターボグラフィクス16」のハードとソフトが強調されていた

（左から）金子製作所の金子浩社長、セガ社の駒井徳造専務

（左から）カプコンの辻本憲三社長、データイーストＵＳＡのキーナン社長

ジャレコの金沢義秋社長（左）と握手するキャラクターモデル(実は歯医者)

（左から）サン電子の前田昌美社長、米国サンソフトの本間祥訓社長

（左から）タイトー・アメリカ社の鈴木実社長・カプコンの辻本社長

ＳＮＫの川崎社長（中央）と米国ＳＮＫのポール・ジェイコブ社長、小倉さん

（左から）ロムスターの保木孝仁社長、サミー工業の里見治社長、ビスコの秋山哲雄社長

米国コナミの（左から）キャサリンさん、本社の小林憲司氏、〃コナミ・ママ〃、本社の今井中部長

(左から)米国コナミのハイドキャンプ副社長、本社の菱川文博社長、米国任天堂リンカーン副社長

は次第に充実しつつあるが、著作権やライセンス関係などほとんど明らかにされていないのが特徴で、まったく不思議な動きをしている。

NECも市場に

NECテクノロジー社（本社イリノイ州ウッドデイル、大橋祐治社長）は、8ビット「PCエンジン」の海外版「ターボグラフィックス16」を16ビットシステムとして展開中だ（発売は昨年秋）。8ビットが16ビットと言われる理由は複雑だ。

まずCPUが8ビットであることは間違いないので、セガ社「メガドライブ」、任天堂「スーパーファミコン」（いずれも16ビットCPU使用）と並べて16ビットと言うのは正しくない。しかし「PCエンジン」には画像処理に16ビットのグラフィックス・プロセッサーを使用している。しかも米国の家庭用TVゲーム市場ではCPUを基準に考える傾向がない——ということから「16ビットシステム」を前面に押し出した、とのこと。日本ではCPUを基準にするので、「16ビットシステム」という表現は使われていない。

結果として、米国市場で「ターボグラフィックス16」は、セガ社「ジェネシス」と同じ16ビットのTVゲーム本体として扱われている。このため将来NECが16ビットCPUのハードを作ったとき、どういうふうに説明するのか、と余計な心配まですることになる。

さてNECテクノロジー社によると、同社のサードパーティーでは、日本のメーカー十三社と欧米のメーカー八社が契約済みとのこと。うち四社は独自に販売していくとしており、任天堂のサードパーティーなどと少し趣きが異なる。サードパーティーのうちシネマウェア、ICOMの米国二社はCDROMのソフトを手がけている。

同社のマーケティングについては分からないことが多い。CDROMをメディアに使うソフトに力を入れる、ということ以外に具体的な販売目標など何も示されていないからだ。まるで手さぐりでマーケティングの方法を模索しているように見える。

同社は、日本の東京おもちゃショーに先がけてハンドヘルドTVゲーム「ターボエキスプレス」を参考出品した。米国ではこのように名前まで決まっており、発売は十月か十一月ごろ。「PCエンジン」のカード型ソフトが使えること、カラー液晶の技術が高度なことなどが特徴。ハンドヘルドTVゲームは、任天堂「ゲームボーイ」、アタリコープ「リンクス」、セガ社「ゲームギア」、NEC「エキスプレス」と四種類出揃うことになった。

SNKネオジオ

さてパソコン用ゲームソフトでヒット作をものにしているスペクトロホロバイツ社は、今回「フェイシズ」を発表した。これは「テトリス」、「ウェルトリス」に続く、「トリス」シリーズの三作目で、顔のスライスが落ちてくるというもの。額や目や鼻や口の部分を描いた平らなブロックをうまく集めていくゲームで、米ソ共同事業体が原著作権を持っており、ライセンス品。

パソコンゲームで有名なマイクロプローズ社は今回、業務用TVゲーム機「F15・ストライクイーグル」を二台披露した。これはプレイヤーが戦闘機のパイロットとなって戦闘を繰り広げるというもので、3Dグラフィック、フレーム当たり二千のポリゴン、毎秒三十フレームというキメの細かい画像処理をしており、楽しめそうだ。

マイクロプローズ社はかねてより業務用への進出を狙っていたが、これでデビューを果したことになる。米国では六月中にも出荷が開始される。

最後になったが、㈱エス・エヌ・ケイ（SNK、本社大阪、川崎英吉社長）がSCES90を機に、ホテルのスイートルームで同社「NEO・GEO」家庭用を米国の販売業者に見せた。川崎社長によると、これは米国の業者の感想、意見を求めるもので、米国で家庭用のレンタルを開始するに先立ち、率直な感想を聞いておきたい、というもの。

大量のROMを内蔵したカートリッジの単価を知って驚く業者も、レンタル用と聞いて納得する場面もあった。家庭用でも業務用の延長上にあるもので、従来の家庭用と異なることが討論の中心になった。本格的展開の日程はまだ先のようだ。

特別インタビュー

辻本憲三社長の考え方
カプコンの開発、経営

㈱カプコン（本社大阪、辻本憲三社長）は同社独自のTVゲームシステム〝CPシステム〟が市場に定着、成功したことにより着実に発展を続け、現在ではAM業界屈指のTVゲーム機メーカーとして成長し、安定した業績の伸びを示している。そこで辻本社長に同社発展の経緯を含め、経営およびマーケティングに対する考え方、開発方向などについて聞いてみた。

辻本氏は一九六九年（昭和四十四年）にシングルロケのオペレーターとして創業、七四年にアイピーエム㈱を設立した。同社は七九年に社名をアイレム㈱に変更、その後㈱ナナオの資本傘下に入った。そして八二年十二月、それまで社長だった辻本氏は会長となり、翌年二月に同社を退任。六月、サンビ㈱の子会社として㈱カプコンを設立。サンビは開発部門、カプコンは販売部門を担当していたが、八九年一月にサンビがカプコンを吸収する形で合併、統合し、社名も㈱カプコンに変更した。

その間ゲーム機については、八三年にメダルゲーム機「フィーバーチャンス」などを製造、販売。八四年五月に同社初の業務用TVゲーム機「バルガス」を発売。以降TVゲーム機が開発の中心となり、「1942」「戦場の狼」「魔界村」など意欲的に開発を進め、八八年六月〝CPシステム〟を発表し、その第一弾「ロストワールド」を九月に発売した。

一方、家庭用にも八五年十二月「ファミリーコンピュータ」用ソフト「1942」で参入し、今年五月には「ゲームボーイ」用ソフトも発売。

なお同社は現在、国内では東京支店、松原事業所を置き、海外では米国カリフォルニアに子会社カプコンUSA、英国ロンドンに駐在員事務所を設置、またロケーションは「アクティ24」（大阪）一店のみ直営している。従業員数は約三百六十人、うち三分の二は開発部門となっている。

画像向上とコピー対策で〝CPシステム〟独自開発

――八三年にカプコン設立後、電光点滅式メダルゲーム機の製造を始め、翌年からはTVゲーム開発が中心となり、TVゲームメーカーとしての基礎を築いて今日まで来ているわけですが、TVゲーム分野へ方向転換された理由から、まずお聞かせ下さい。

辻本　メカ式のゲーム機はTVゲーム機に比べてコストが高くつく、というのが第一の理由です。つまりあの重たい機械を一生懸命作っても、TVゲーム基板一枚の値段と同じなんです。ただ電光点滅式「フィーバーチャンス」は三千五百台も売れましたけどね。

もうひとつは、TVゲームは半導体の進歩とともに良いものを次々と開発していけるということです。また当社TVゲームの初の作品「バルガス」が、基板で六、七千枚も売れたことが、TVゲーム開発に拍車をかけたわけです。

――それ以降TVゲーム中心になっていますが、たまにメカものが出てきていますね。

辻本　今もメカものの開発チームが当社にありますから、何かやらさないといけない。しかしメカものは半導体技術と違って、飛躍的に進歩することがない。その中で開発するのですから、試行錯誤しているというのが実情です。

――そこでTVゲーム開発についての考え方をお聞かせ下さい。

辻本　まず画像の美しさを追求することから始めました。というのはファミコンが八三年に出ましたが、当時の業務用とファミコン用では画像にほとんど差がなかった。またあの頃の業務用TVゲームの画像処理も大変お粗末だった。

そこで当社では使用ROMの個数をどんどん増やしていきながら、映像の問題だけは何とかしようと努めてきました。

――メモリーを増やしたわけですね。

辻本　そう。それで当社の業務用TVゲームに関しては画像がきれいだ、というふうなところから始まった。やはり画像というものは、めくらでない限り良し悪しがわかる部分だから、ゲームを作る以前にまず画像を何とかしたいという考え方を貫いてきたわけです。もちろんゲーム内容も良くないと売れないけどね。

しかしROMを増やすのも限界がある。価格も上がってくるし、製作日数もどんどん長くなる。

また一方でコピーの問題もあった。「バルガス」「戦場の狼」「1942」などは韓国にずいぶんコピーされた。海外からもコピーを何とかしてくれと言われ、いろいろやりましたが、結局はハード側で対策を講じるしかないわけです。

そういうことで画像処理のアップとコピー対策を兼ね合わせたチップを作ろう、ということになった。そのために容量を大幅にアップさせた反面、高価なチップになってしまった。しかし高くても流通の方法を考えれば、何とかいけるだろうという見通しを立てた。その結果が〝CPシステム〟になったわけです。このカスタムチップはリコーさんに注文して作ってもらいました。これでコピー対策は万全になりましたね。

――すると〝CPシステム〟開発にはずいぶん時間をかけられたわけですね。

辻本　そうです。構想からすれば四年かかっています。当時、おそらく三年後にはROM一個の容量が四倍大きくなり、総合的には四倍から十倍ぐらいのメモリーを使うことになると考えました。

そういうチップを作るためには人材が必要ということで、八六年に一挙に四十数名の開発スタッフを採用して、それからもどんどん人員を増やしてきました。それでパワーアップしながら〝CPシステム〟へと持っていったわけです。

――とにかく人手は要るし部品の手当てもしなくてはならないし、これが限界だということになって〝CPシステム〟に切替えられ、そのための開発陣を数多く採用されたわけですね。

辻本　やはり人手は少なくとも二年前から揃えておかないと、すぐに間に合うものではない。

――〝CPシステム〟については下取り制度を採用されていますね。

先ほど完成したカプコン第２ビルの社長室にて、辻本社長

辻本　〝CPシステム〟周辺は最初マスクROMでやる予定だったんです。しかしハードの容量が大きいというのは、結局ROM側にそれだけのアクセスを要求することになります。ところが当時それだけのマスクROMを作ってもらえるところがほとんどなかった。それで困ってね。しかしEPROMなら多くあった。そういうことからEPROMを使ったわけです。EPROMは値段が高いのですが、再使用できることから下取りして再生しようということになった。そういうわけで下取りシステムを実施したんです。

――なるほど。そのEPROMを使う前、つまり〝CPシステム〟以前のゲームでマスクROMを一番数多く使ったものは、やはり「ストリートファイター」ですか。

辻本　そうですね。しかしあれでも三十メガ前後だったと思う。

文字表現は専門家が担当　大型機はソフト交換式で

――米国のソフトメーカーから入れた「カプコンボウリング」以外は、すべてオリジナルゲームですが、ゲーム内容のジャンルが絞られ、似たようなゲームが多いという感じがしますが……。

辻本　確かにそれは言えるんですがね。例えば格闘技ゲームの「ファイナルファイト」は二万五千キット以上売れているんです。ほかのジャンルで、例えばキャラクター関係でいいものを作っても、それほど売れないと思う。「テトリス」は別としましてね。だから売れ筋というものがあるんです。格闘技とかシューティングものは当たれば非常に大きい。

かわいい人気キャラクターを使いクォリティを上げたゲームでも、ファミコンでは売れるかもしれないが、業務用ではそう大きくは売れないものなんです。

それと今のハード容量の範囲内では、そう思い切ったものはできないので、おのずから似たようなものになってしまうということです。ハード容量を増やせば、もっと面白いものができますよ。その証拠にファミコンソフトは、最近では同じジャンルのものがほとんどでしょう。一定のハード容量の中で行き着くところまで行けば、当然そうなります。

――そうですね。その中で格闘技やシューティングものが、プレイヤーに受け入れられやすいということですね。

辻本　そう。だから格闘技が多くなりますが、そればかりを作っているわけにもいきませんから、他のゲームも開発します。シューティングものでは「1942」とか戦闘ものがありますが、「戦場の狼II」でも一万三千キットぐらい出ています。

こういうタイプのものが、業務用の一つのマーケットではよく売れるんですね。最初の「戦場の狼」でも一万枚以上と、あの時期としてはよく売れた。ただコピー基板が四、五万枚も出たという話です。

――ドライブものとかいわゆる体感タイプの開発については、どうお考えですか。

辻本　それはまた次の話になるんですが、開発するには3Dのハードが要る。それを組込んで体感ゲームにすると、一台百五十万円とか二百万円という価格になります。オペレーターがそれを買って償却するには五年もかかるということになれば、ソフトの交換ができないものは、はっきり言って邪魔になってきます。

ゲームセンターというのはソフト交換のスピードを早めないといけない。それにはもう少し価格を安くして、ハードとソフトをどんどん新しいものと入れ替えてもらわないと、コンシューマーに追いつかなくなります。

もし当社が体感ものを作るとすれば、最初に筐体を売って後はコンバージョンでいけるような方法にしないとね。オペレーター側ではどうしても初めの投資を償却するために年数をかけるから、次の新しい機械と入れ替えようとしないんですね。

――完成品を作っても、その後のコンバージョンを考えないといけないというお考えですね。

辻本　そうです。だから六ヵ月に一回ぐらいは替えていくべきだという考え方です。そうしないとユーザーが飽きてきます。今後はそういう意味で、各メーカー間では3Dの戦争の時代になっていくと思います。

――あと特徴的なものとしてクイズものがありますね。クイズものはすぐ飽きられると思うのですが、カプコンさんのクイズものは意外と持続していますね。クイズものの開発には何かコツがあるのですか。

辻本　あります。クイズものについては、通常のTVゲームの開発マンとは違います。最初TVゲームはソフトマンがキャラクターの絵を描いていましたが、つまらないものになるのでデザイナーが担当するようになった。ところがクイズものは、デザイナーとか企画マンが考えてもだめなんですよ。限られた文字数でどれだけの表現ができるか、という表現力が求められますから、その方面の専門家、ライターが担当しないとだめです。

そういう意味で当社は、クイズものの出題についてはプロフェッショナルなスタッフがやっていますから、非常にわかりやすく、そのイメージが表現されています。つまり絵でプレイヤーを引きつけるのではなく、文字で引きつけているわけです。「カプコンワールド」はそれで売れたんです。

そういうことになると、クイズ以外でも文字表示が増える傾向にあるTVゲームの開発スタッフは、今後、これまでとは違った構成になっていくだろうと思います。

――米国やヨーロッパでも〝トリビア〟と言ってクイズものが一時ブームになりましたが、その後はまったく出てきていませんね。これはどう見られていますか。

辻本　やはり開発の主体がだれだったかということでしょうね。それがシナリオライターだったら成功します。絵描きがやると間違いを起こすんです。ここら辺がひとつのノウハウですね。

例えば文字が多く出てくる「ドラクエ」は、国内で大ヒットしましたが、米国では成功しなかったでしょう。つまり米国では米国のライターに担当させたものでないと、売れないということです。これは今後、開発面で研究しないといけない。

映画とは勉強のため提携　地域性を考慮した開発を

――次に家庭用に話を移しますが、ファミコン用ソフトに参入して四年半ほどになりますね。

辻本　任天堂とは八五年七月にOEMでの販売契約を結びましたが、他のメーカーに比べると後発です。

――基本的には業務用からの落とし込みだと思いますが、最近では家庭用のみのソフトが増えてきていますね。

辻本　二年ほど前に開発チームを、コンシューマー用と業務用の二つに分けてから、それぞれ独自のものを開発するようになりました。これからは掛け持ちは無理だと考えたわけです。

――その中でキャラクターものが多いようですね。キャラクターものについては、例えば「パックマン」のように業務用ゲームでまずキャラクターを生み出すというパターンと、「ポパイ」など他にあるキャラクターを採り込んできてTVゲー

ム化するパターンがありますが、カプコンさんの場合は後者の方法が多いようですね。

辻本　それはこういうことなんです。TVゲームの開発については安易に考えすぎる、また映画制作の努力に比べると努力目標が低すぎると考えたものですから、映画制作の物の考え方を開発陣に勉強させるつもりで、三年ほど前にジョージ・ルーカスや伊丹十三さんと提携したわけです。ディズニーとの提携（八八年五月）も、ディズニーの考え方を徹底的に勉強させることから始まったんですが、今ではディズニー側から期待されるようになっています。

結果としては、米国市場ではこういう過当競争の時期にディズニーキャラクターを持っているのは、非常に安定性がありよかったと思っています。

だから映画の分野もそれでよくわかったということで、今はもう映画との提携は進めていない。提携の目的は開発陣の教育にあったわけです。

——最初の発想としては、映画やアニメの制作を勉強するということだったのですね。

辻本　そうです。ジョージ・ルーカスのような人たちといろんな意見を交わし、共同制作をすることは自信を持つことにつながるし、ことゲームに関しては彼には負けない、というような感覚を持てばいいわけですよ。そういう自信を持たせるためにいろいろやってみた結果、大変プラスになっていると思います。

——キャラクターものでは「天地を喰らう」「ウィロー」「エリア88」などのほか、カードで野球をするという異色の「ドカベン」がありますね。

辻本　「ドカベン」は〝CPシステム〟でなく普通の基板です。当社では容量の小さいハードも持っていまして、安い基板で出しているものもあります。

「ドカベン」をああいう方式の遊び方にしたのは、当時他社から野球ゲームがたくさん出ていまして、同じものを出しても仕方ないのでひとつの試みとしてやったわけです。試みという点ではクイズものもそうですが、これは大当たりでした。

——「ウィロー」などは日米ともに通じるキャラクターものですね。

辻本　ええ。しかし「ウィロー」はいいゲームですが、同名映画もそうヒットしなかったし、先ほど言いました〝売れ筋〟のジャンルではありません。今の若者は楽しくて愉快なものよりも、生々しいドンパチもののほうを見たがる傾向があります。「ウィロー」はたまたまその時期にその映画があったということでして、ジョージ・ルーカスの考え方を勉強させるためにやらせたことの、ひとつの結果にすぎない。

——キャラクターものは、日本のものが海外でも受けるかどうかという問題もありますね。

辻本　そうですね。ただ日本のキャラクターものでも、格闘技やシューティングゲームにするとある程度売れるでしょう。しかし〝三国志〟を扱った「天地を喰らう」の場合は、日本と台湾ですごく売れましたが、米国では理解されなかったようです。米国向けにはキャラクターをインデアンにしたほうが、よく売れたのではないかと思います。

今後は地域性を考えて開発しなければならないという時代になってくるでしょうね。日本でヒットしたからといって、必ず海外でも売れるというものではない。

海外での下取りも日本へ　ディズニー許諾品で安定

——ところで米国では子会社のカプコンUSA（中山喜仁社長）を八五年八月に業務用の販売会社として設立され、その後家庭用も扱うようになっていますね。

辻本　ええ。業務用副社長のビル・クレイバン、家庭用副社長のジョー・モリシーらスタッフも揃っていますが、今後さらに充実させていきます。ただ米国では「ファイナルファイト」以後よく売れ出しましたが、業務用よりNESのセールスパワーのほうが強いんです。

——ヨーロッパではロンドンに駐在員事務所を置かれていますね。

辻本　八九年八月に開設しました。連絡員がいますが、現在はまだ勉強させている段階です。ちょうどファミコンがドイツに出てきたところですから、今年の年末か来年には、人を派遣して本格的にやりたいという考えを持っています。

——業務用では現在、英国ではエレクトロコイン社、西独がノバ社とそれぞれ決まったディストリビューターがいますから、落ち着いていますね。

辻本　そのほかイタリア、スペインにもいます。ただしこれからコンシューマー部門も置いて業務用と両方を進めていくことになれば、こちらがどこまでバックアップし、業績を伸ばしていくかを考えなければなりません。

——ところで海外での〝CPシステム〟の下取りについては、どのようにされていますか。

辻本　米国でもヨーロッパでも、下取りした基板はすべて船で日本（松原事業所）へ送り返してきます。現地でやらせようと思いましたが、クォリティの高いROMとかチップだけを送るわけにはいかない。

——返ってこないものもあるでしょう。

辻本　ええ。第一次出荷先はシリアルナンバーを付けてありますからわかりますが、そこからどこかへ売ってしまっているものがある。日本から東南アジアへ渡り、どさ回りしているんでしょう。

——家庭用は西欧ではこれからということですが、米国ではすでにミリオンセラーのソフトも出ましたね。とくにディズニーとの提携作品は、競争が激しくなっても安定して売れていますね。

辻本　やはりユーザーが何を買ってよいのか迷った時は、ブランドものは強いですね。

——ただロイヤリティも高いでしょう。

辻本　高いけれども、開発経費が同じなら、多く売るほど利益率も大きい。それとやはりディズニーの商品は、在庫率の面でも安心できます。ただキャラクター使用に関してディズニー側は、細かい点まで厳しくチェックをしてきますけどね。

半導体を何回も使い還元　業務用は1年で家庭用へ

——さて今後の方向ですが、業務用についてはいかがですか。

辻本　クォリティを上げていきますが、それだけコストがアップしていく。それを吸収するには下取りなどをするしか方法がないわけです。つまりメーカー責任で半導体を何回転もさせて使い、オペレーターに還元する方法を考えながら、クォリティを上げていく方向で進めていくということです。

また業界に入ってくるお金は、業界の中で使うのならいいんですが、これを他業界に放出することは業界全体にとってよくないと思います。そのためにも流通を考えながら、同じ半導体を何回も使う方法を考えなければいけません。これは実際〝CPシステム〟で成功していますし、次のシステム用チップの開発にも入っています。一つのチップが終わった段階で、次のチップの開発を始めておかないといけませんからね。

——他のメーカーはシステム基板やROM交換などの方法で進めていますが、カプコンさんは〝CPシステム〟で独自の道を歩んでおられますね。

辻本　ほかの分野の製品でもそうですが、良いものが出てきているのはそのハードの中身が濃くなっているからです。ゲームでもクォリティの高いものは容量も大きくなりますが、やがてはさらに大きな容量のものが出てくるでしょう。だから私は三年かけて苦労して作ったものは三年間もつし、一年で作ったものは一年しかもたないと思う。それぐらいのつもりでやらないと、いいものはできないと思いますね。

——コンシューマー分野については、いかがですか。

辻本　今までファミコンソフトの契約本数が年間五本であった上に、「ゲームボーイ」が出てきた。さらにNESには日本のものをそのまま持っていくわけにはいかなくなった。そうすると今の開発チームでは手一杯なんです。とてもセガさんとか他の家庭用にまで手が回らない。ただ家庭用16ビット機には〝CPシステム〟のものが、ほぼそのまま移行できるので、セガさんやNECがやりたいと言うので、ライセンスを与えました。

——全体として今後の方向についてはどうお考えですか。

辻本　業務用ゲームは一年間ぐらいロケで使って、一年後には家庭用に移行させ、業務用をロケ市場からなくしたい。つまりロケでの回転率を上げたいわけです。そのためには安く提供して稼いでもらって、早く次のゲームに変えてもらう。その後じっくりと家庭用でという考え方を持っているんです。

ロケでのソフト回転のサイクルは六ヵ月が理想的ですが、そうはいかないのでまあ一年間ですね。だから市場に出ているソフトの残量を見ながら次のソフトを出していくという考えです。そのために下取りをして回転を早めようというわけです。

——ところでカプコンさんのゲームは、マニア向けが多いという声もありますが……。

辻本　これは販売業者やオペレーターがそうさせたんです。ロケテストでインカムの高いものをいい機械だと思うから、そうなってしまうわけです。本当はそうではないんですがね。

だから結局そういう見方からすれば、半年か一年間ゲーム場に置いて、一般プレイヤーがラストまでクリアできないのなら家庭用でやって下さい、というひとつの考え方が出てくるわけです。

——プレイヤー人口についてはどう見られていますか。

辻本　四年ほど前にアーケードの売上げが急に落ちましたが、ファミコンのハードが一千二百万台売れて、一台に三人のプレイヤーがいるとすれば三千六百万人ものプレイヤーがいるわけです。これは業務用と互換性がありますから、いいものを作ればゲーム場に流れてくると思います。その証拠に去年あたりから業務用は8ビットのファミコンに差をつけて、活気づいてきていますね。今度16ビットのスーパーファミコンが出ますが、これにどれだけ差をつけられるかというのが業務用のこれからのテーマになります。

ゲーム内容の面からすると、難しい格闘技などについていけないプレイヤーにはクイズものとか「テトリス」などが受けていますが、これがプレイヤー層をすごく広げています。その意味では難しいものとやさしいものを並行して開発していかないといけませんね。

——それに関連して、ポーカータイプなどの開発については、どうお考えですか。

辻本　そういう分野の市場は小さい。当社としては今後は大きな市場のほうへ進んでいかないと発展性がないと思っています。その意味で小さな分野のものは、やるべきではない。ただメカ式の分野は捨てませんがね。

将来は資本と経営を分離　組織の運営は臨機応変に

——会社経営の基本姿勢について、お聞かせ下さい。

辻本　当社には社是というのはないんです。ただ基本的にはこぢんまり、がっちりとやるのがひとつの経営の方法だと思います。これまで人を増やしてきたのは、他のメーカーが次々と上場した時に、将来は寡占化されるのではないかという危惧もあって、当社もある程度の規模にしておかないといけないと考えたからです。

会社は生き物であり、生き物は成長していかなければならない。私はこの会社の〝駅伝〟の第一走者なんです。だから第二走者へはできるだけいい環境でバトンタッチしてあげないといけません。その環境づくりが私の仕事です。これはまだ十年、十五年先のことですが、中途採用を含めてできるだけ若手を登用し、素晴しい人材が出てくればいつでもバトンタッチして、経営を任せたいと思っています。

これからは資本と経営は分離すべきだと思うんです。資本が経営のバックに立って、業績を多少落としてもその社長を信頼し守ってやらないとね。雇われ社長をちょっとミスしただけでクビにしていたら、将来性がないと思いますね。だから資本がバックボーンになっての経営の形態を、私が生きている間に作り上げたいと思っているんです。資本が経営していたら一つのことしかできないでしょう。

——ということはTVゲーム以外の分野にも進む可能性がありますか。

辻本　私はTVゲーム分野を進むけれども、枝葉で他の分野が増えてくると思う。だから経営のできる人をできるだけ多く教育しておかないといけないと思います。

——国内の販売は松原事業所と東京支店の二ヵ所でやっておられますね。

辻本　松原では販売、物流、ハード、メカ、製造、サービスを一〝パック〟にして、その流れが一目でわかるようにしています。そうでないと販売はできないと思っています。

——家庭用の国内販売は東京が主力ですか。

辻本　そう。関西には家庭用の販売部は置いていません。当社は営業マンが他に比べて非常に少ないので、これからは営業に対するテコ入れをやる必要がありますね。営業はいかに他社に負けないネットワークを作るかが仕事で、どういうものが売れるかとかプレイヤーの動向調査などは、当社では企画制作部が担当しています。

——全体の組織運営についてはいかがですか。

辻本　今は状況の変化が激しいので、それに対応できる組織に臨機応変に変えていかなければなりません。固定させて物事を考えていくと大変なことになります。ただあまり頻繁に変えるとついてこれなくなりますから、一年か一年半で変えていくぐらいがいいと思いますね。

——最後に〝カプコンレーシング〟についてお聞かせ下さい。

辻本　当業界では商品のテレビ宣伝はよくやりますが、会社の宣伝はしません。またテレビで四十代以上の人に当社の宣伝をしても始まらないですからね。それよりもプレイヤーである若者たちが関心を持ち、ファンも多いモータースポーツで宣伝しようということで、昨年六月に当社のレーシングチームと車を持つことにしました。スポンサーになるのとは違って、本格的に参入したわけです。企業イメージのアップにつながるイメージ広告のひとつですね。

また当社レーシングチームが今年の初戦で優勝したことから、あるテレビの深夜番組で三十分間も紹介してくれました。これは大変な宣伝になりました。そういう付加的なPR効果もあります。

——今後の発展を期待しています。ありがとうございました。

カプコンのレーシングチームは今年Ｆ３の開幕戦で優勝した

Game Machine's
Best Hit Games 25

90年上半期ベストヒットゲームズ25

「テトリス」人気 連続首位を守る

テーブル型（ミディ型を含む、いわゆる基板タイプの）TVゲーム機の九〇年上半期の一位は、セガ社「テトリス」で、八九年上半期以来連続して首位の座を守った。

同ゲームは米国テンゲン社を通じ許諾を得て、八八年十二月から自社ロケ、レンタル用で出荷、八九年四月頃発売に踏切った大ヒット作。八九年一年間ほぼ毎回トップを続け、九〇年に入ってからはトップの座を明け渡してはいるが、それでも常に上位をキープし続けている。同機の与えた影響は大きく、とくにゲーム内容の面でパズルものの開発を刺激し、上半期二十五位以内にパズル要素のあるものが同機以外に七機種も入っている。

二位のカプコン「ファイナルファイト」は八九年十二月中旬発売の格闘アクションゲーム。二月一日号から連続五回トップを飾った。同社製品はクイズもののヒット作で四位につけている「カプコンワールド」（八九年十一月発売）、十六位の空中戦ゲーム「1941」（二月発売）、クイズもの第二弾で二十四位「ハテナ？の大冒険」（三月発売）と四作品が入り健闘が目立つ。

三位のテクモ「ワールドカップ90」は八九年十月発売のサッカーゲームで、「ワールドカップ」の新バージョン。安定した評価を受けている。

五位はアイレム「アール・タイプII」（八九年十一月発売）で「アールタイプ」のグレードアップ版。一月頃が人気のピークだった。六位のビデオシステム「スーパーフォーミュラ」はタイトーから八九年十二月発売。通信機能付きカーレースゲーム。一月十五日号で一位となった。

七位のビデオシステム「スーパーバレーボール」は八九年八月にナムコから発売。八位のナムコ「ワールドスタジアム89」（八九年七月発売）は八九年下半期で二位だったもので、依然根強い人気。九位のコナミ「グラディウスIII」は八九年十二月発売。「グラディウス」シリーズ第三作目で二月頃がピークだった。

十位のタイトー「ヴォルフィード」は八九年七月発売で「クイックス」の新バージョン。これまで常に上位にあったタイトー製品は、今回同機が辛うじてベスト10入りした。

以下十一位「ブロクシード」（八九年十二月発売）、十二位「フラッシュポイント」（同七月発売）とセガ社「テトリス」の新バージョンも支持されている（後者はテンゲン社を通じて、前者はソ連エローグからの製造許諾品）。このほかパズルものでは十四位のコナミ「クォース」（八九年十月発売」、十五位のサン電子「上海II」（同三月発売）、二十位のセガ社「コラムス」（九〇年三月）、二十二位のアニメーション20「パズニック」（八九年十月発売）。

二十五位中、一番息の長いものは東亜プラン／タイトー「達人」で、八八年十月発売以降、根強い人気を示している。次いで「テトリス」。同機は人気、息の長さともに他を圧倒。「上海II」も根強い。このほかはすべて昨年来の新ゲーム。

TV麻雀ゲームについては、本紙ではAMタイプしか扱っていない（ベット式のギャンブルタイプは除外）。この分野は日本物産、ビデオシステムを中心に新作が投入されているが、ゲームの完成度および付加的な演出面もピークに達しており、人気は全体的に下降線をたどっている。

テーブル型ＴＶゲーム機

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	テトリス（セガ社）	2694
2	ファイナルファイト（カプコン）	2173
3	ワールドカップ'90（テクモ）	1800
4	カプコンワールド（カプコン）	1634
5	アールタイプ II（アイレム）	1403
6	スーパーフォーミュラ(ビデオシステム)	1349
7	スーパーバレーボール(ビデオシステム)	1301
8	ワールドスタジアム'89(ナムコ)	1284
9	グラディウス III（コナミ）	1195
10	ヴォルフィード（タイトー）	1154
11	ブロクシード（セガ社）	1145
12	フラッシュポイント（セガ社）	1081
13	スーパーマスターズ（セガ社）	1067
14	クォース（コナミ）	1000
15	上海 II（サン電子）	946
16	1941（カプコン）	925
17	タスクフォース・ハリアー（UPL）	899
18	チャンピオンレスラー（タイトー）	872
19	苦胃頭捕物帳（タイトー）	837
20	コラムス（セガ社）	811
21	達人（タイトー）	767
22	パズニック（アニメーション20）	714
23	鮫！鮫！鮫！（東亜プラン）	710
24	ハテナ？の大冒険（カプコン）	710
25	M.V.P.（セガ社）	707

アップライト／コックピットでは「スーパーモナコGP」

さてアップライト／コックピット型TVゲーム機では、セガ社「スーパーモナコGP」（八九年六月発売）が、八九年下半期に次いで連続首位となった。昨年九月十五日号以降はトップの座を譲ってはいるが、高水準を保ち続けている。

二位はナムコ「ウイニングラン鈴鹿グランプリ」（八九年十二月発売）。今回十七位に下がった「ウイニングラン」の新バージョン。三位はタイトー「SCI」（八九年十月発売）で犯人追跡カーチェイスゲーム。ドライブゲームが三位までを占め、全体としてもドライブものの人気は安定している。

その中でガンゲーム機として八九年の半期、年間とも二位で今回は四位のタイトー「オペレーション・サンダーボルト」（八八年十二月発売）が根強く、九位のSNK「ビーストバスターズ」（八九年十一月発売）も健闘。

ナムコ「ファイナルラップ」のデラックス型が五位、スタンダード型が十二位。通常チャートではトップクラスを維持しているが、普及台数が少ない。七位のジャレコ「ビッグラン」（八九年十月）も同様。八位のセガ社「アウトラン」（八六年九月発売）は、ロンググラン記録を更新中だ。

アップライト／コックピット型ＴＶゲーム機

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	スーパーモナコGP（DX）（セガ社）	1717
2	ウイニングラン鈴鹿GP（ナムコ）	1467
3	S.C.I.（タイトー）	1415
4	オペレーション・サンダーボルト(タイトー)	1243
5	ファイナルラップ（DX）（ナムコ）	1219
6	ハード・ドライビング（アタリゲームズ）	1200
7	ビッグラン（ジャレコ）	1178
8	アウトラン（DX）（セガ社）	1081
9	ビーストバスターズ（SNK）	1073
10	ダライアス II（タイトー）	1005
11	ターボアウトラン（セガ社）	863
12	ファイナルラップ（SD）（ナムコ）	855
13	チェイスH.Q.（タイトー）	844
14	フォートラックス（ナムコ）	779
15	ライン・オブ・ファイア（セガ社）	733

ＴＶ麻雀ゲーム機

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	ミス麻雀コンテスト（日本物産）	954
2	アイドル放送局（システムサービス）	920
3	ギャルの開花（日本物産）	847
4	東京ギャル図鑑（日本物産）	833
5	麻雀トリプルウォーズ(日本物産)	742
6	麻雀夏物語（ビデオシステム）	737
7	麻雀ファンクラブ（ビデオシステム）	735
8	祇園花（日本物産）	687
9	スーパーリアル麻雀 PIII(セタ)	654
10	ギャルの告白（日本物産）	651

フリッパーでは WMS社製が独占

フリッパー分野は良いゲームが出ているにもかかわらず、依然低迷気味で、設置スペースが少なくなる傾向を示している。

今回もウィリアムズ社製品が圧倒し、一位の「サイクロン」（八八年五月タイトーから発売）は八八年下半期で二位、八九年上半期以降は首位の座を独占、高い人気を維持している。

以下四位までウィリアムズ社製品が占め、「アースシェイカー」「ジョーカーズ」「バンザイラン」と続く。

五位は「レーザーウォー」、六位は「マンデーナイトフットボール」とデータイースト製品が入り、よく健闘している。

プリミア社、バリー社のフリッパーは今ひとつといったところ。

フリッパー

順位	機械名（メーカー名）	得点
1	サイクロン（ウィリアムズ）	371
2	アースシェイカー（ウィリアムズ）	307
3	ジョーカーズ（ウィリアムズ）	247
4	バンザイラン（ウィリアムズ）	215
5	レーザーウォー（データイースト）	164
6	マンデーナイト・フットボール（データイースト）	162

全国の主なロケーション（現在27ヵ所）から寄せられたデータをもとに本紙では毎号「ベストヒットゲームズ25」を作成、掲載しているが、毎号単位でなくこの半年間（一月一日号から六月十五日号までの掲載分）について、改めて集計、分析したのが「九〇年度　上半期ベストヒットゲームズ25」である。

もともとのデータは通常どおりの十段階評価であり、調査方法に変化はないが、期間の途中で出てきたり消えていったりするものは、当然数字が小さくなる。反面、根強い人気を持つものは、ふだんのチャート以内に現れていなくとも、このチャートには現れてくることになる。根強い人気こそ最大の魅力ではあるが、このチャートはあくまでもひとつの目安にすぎず、どういうゲーム機が本当にオペレーターのためになるか、を考えるための参考であることを、念のために申し添えておく。《編集部》

サーキットを駆け抜けろ。

ライダー達の熱いバトルが、始まる。

〈通信機能搭載〉手に汗握るMVS4台の通信対戦。もちろんコンピュータ対戦による1Pプレイも可能。白熱のバトルを繰り広げるサーキットは、まさに興奮のレース・シーンの連続。MVSで初めて搭載、3D立体サウンド〈スフェロシンフォニー〉が、驚異の3次元立体サウンドをも実現。響き渡るエクゾースト・ノイズが、サーキットへ跳する。疾走するマシンを駆り、ウイナーをめざせ!!

通信対戦機能
MVS4台通信可能

スフェロは「球」を意味する言葉。例えばレース・シーンで追い抜かれた場合、走行音が背後から前方へと過ぎ去ってゆくような立体的で奥行きのある効果を。また戦闘シーンでは多方向からの爆破音、銃撃音に包み込まれ、臨場感をさらに高める効果を実現する。

7月中旬
発売予定

ライディング ヒーロー

NEO GEO™
超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

株式会社 エス・エヌ・ケイ
SNK CORPORATION
大阪本社 〒564 大阪府吹田市豊津町18-8号. 営業本部 TEL.06-338-7007 第一営業部 TEL.06-338-9277 FAX.06-338-7150
東京支社 〒101 東京都千代田区神田和泉町1-3-4 青木ビル2F. TEL.03-865-9431 FAX.03-865-9437
18-8 TOYOTSU-CHO. SUITA-SHI. OSAKA. 564. JAPAN.
PHONE:06(338)7007 FAX:06(338)7150 TELEX:522 6785 SNK COJ.

AMOA／AAMAが

連邦議会を訪問

議員らによるゲーム大会も

米国のAMOA（アミューズメント&ミュージック・オペレーターズ・アソシエーション、事務局シカゴ、ジャック・カーナー会長）とAAMA（アメリカン・アミューズメントマシン・アソシエーション、事務局ワシントンDC郊外、ギル・ポーラック会長）は四月二十九日―五月一日、ワシントンDCで恒例の「ガバメント・アフェア・コンファレンス」を合同で開催した。

これは連邦議会（上院と下院）の議員に対し、会員が直接語りかけるという行事で、毎年開かれており、今回が五回目。四十州、百二十社から約二百人の業者が四月二十九日、ワシントン・コートホテルに集まってきた。

翌三十日には講演会などが開催された。まず三名の連邦議員による政治問題に関するパネル討論から始まり、次にジュークボックスの音楽著作権のライセンス制についてメロニー・クリザ女史が説明、次にタバコ（禁煙運動と自動販売機）問題についての討論がそれぞれ行なわれた。

この夜、「カーニバル・フォー・ライフ」という催しが開かれた。これは麻薬撲滅運動を進めている地域活動家ら約百名を招待するもの。両協会ではAMゲーム機を通じて麻薬撲滅のキャンペーンを行なっており、同じ方向で進めている活動家を励ました。

両協会が強く要求している新1ドル硬貨発行については、五月一日に一斉にロビー活動を開始。三十二名の会員が計六十九名の連邦議員を訪れた。その結果二十一名の下院議員と三名の上院議員が新たに支持を表明し、これで計百二十二名の下院議員と二十六名の上院議員が支持するところとなった。

五月一日の夜は議員とその家族らを招待しての恒例のゲーム大会が、ロングワース・ハウスオフィスで開かれ、二百五十以上の議員事務所から九百人以上が参加した。ゲーム大会はフリッパー、バスケットボール、ダーツの各部門で行なわれ、その結果六十対四十で民主党が勝った。こうした催しを通じて、AMOAとAAMAは新1ドル硬貨の発行を促す主張を貫いている。この催しではTVゲーム機やジュークボックスも出品された。

AAMAは五月二日、以上の催しが終った後に通常総会を開き、役員を改選した。同協会の会員は六十八社で、大部分がメーカーだが、ディストリビューターが二十八社含まれている。会長、副会長は変更なく、新役員にアタリゲームズ社のシェーン・ブレイク氏ら三名が選任された。

AMOA91は

9月中旬ベガス

今年の小間は全部売り切れ

全米AM機オペレーター協会、AMOAが毎年秋に開催している「AMOA」は、今年十月二十五―二十七日、ニューオーリンズのコンベンションセンターで開かれるが、五月下旬までに小間はすべて（六百八十二小間）売り切れてしまった。

このため、その後に申し込んで来る出展予定者はすべてウェイティングリストに掲げられることになる（キャンセルが出ると、埋めることができる）。

AMOAエキスポでは入場に際して登録手続きが必要だが、九月一日までの事前登録（プレ・レジストレーション）をすることで登録料が安くなる場合がある（会員で追加分は四十ドルが三十ドルに安くなる）。もちろん当日、入口で登録手続きをすることもできる。

AMOAでは、出展社がほぼ固まったことから、ショー開催に向けて計画をひとつひとつ具体化していく。

ところで来年の「AMOA91」の開催地は、オーランド、ナッシュビルが有力とされていたが、結局ラスベガスのコンベンションセンターで九月中旬に開かれる予定になりつつある。これは来年ACME（三月二十一―二十三日）とAMOAがともにラスベガスで開かれることを意味している。

「AMOAエキスポ」は、長年シカゴで開催されてきた後、八九年に初めてラスベガス（ヒルトンホテル）に移し、九〇年はニューオーリンズとなり、九一年は米国東部地区が当初検討されていた。また例年「AMOAエキスポ」は十月下旬に開かれてきたが、八九年ラスベガスでは九月中旬となり、九〇年ニューオーリンズでは十月下旬に戻したが、来年は再び九月中旬となる。

これは日本のJAMMAショー（例年十月上旬開催）との関係で、少なからず影響を受けることになる。つまり、JAMMAショーよりAMOAエキスポが先になると、米国向けの新ゲームが米国で先に発表されることはあっても、全般に米国での日本製新ゲームの発表は少なくなるからだ。

ちなみに海外で大ヒットしているコナミの「TMNT」（タートルズ）は、AMOA89の後のNAMA89（十月中旬、シカゴ）で発表されたもの。いつ大ヒットが出るか分からない典型的な例だ。

タイトー・アメリカ社

てい鉄投げTV

DB会合で新ゲームを発表

タイトー・アメリカ社（本社イリノイ州ウィーリング、鈴木実社長）は六月十四―十七日、シカゴ郊外のマリオット・リンカンシアホテルで、同社ディストリビューター会合を開催し、新ゲーム「アメリカン・ホースシュー」など発表した。

このDB会合は米国、カナダのディストリビューターを対象としたもので、鈴木氏が社長になってからは初めての会合。鈴木義治副社長が通訳する形で、鈴木社長は「TVゲーム機におけるユニークな米国らしさを身体で感じとり、東京の開発チームに伝えるのが当面の目標だ」（意訳）と説明している。

新ゲーム「アメリカン・ホースシュー」は、馬のてい鉄（U字型の金具）を標的近くに投げて遊ぶてい鉄投げをTVゲーム機化したもの。ジョージ・ブッシュ大統領もこの遊びが好きなので、画面に登場する。キット販売。

このほかコンパクト化された「トップランディング」コックピット完成品、キット販売の「サンダーフォックス」、「チャンピオンレスラー」が紹介された。

香港 Bondeal Charts 九龍

6/23	6/16	機種名（メーカー名）	週数
トップ10ビデオゲーム			
1	7	ムスタング（UPL）	2
2	2	ライティングファイターズ〔トライゴン〕（コナミ）	5
3	1	エイリアンストーム（セガ社）	5
4	4	ラフレーサー（セガ社）	8
5	3	マークス〔戦場の狼II〕（カプコン）	10
6	6	スノーブラザーズ（東亜プラン）	9
7	―	コラムス（セガ社）	13
8	5	チェッカードフラッグ（コナミ）	103
9	―	ブロクシード（セガ社）	23
10	―	ベイパートレイル〔空牙〕（データイースト）	19
トップ5完成品ビデオ			
1	1	ビッグラン（ジャレコ）	21
2	3	ハードドライビング（アタリゲームズ）	62
3	2	スーパーオフロード（レーランド）	64
4	5	TMNT〔タートルズ〕（コナミ）	29
5	4	スーパーハングオン（セガ社）	148

アラクニッド社

田中六郎氏死亡

電子ダーツの開発メーカー、米国アラクニッド社の田中六郎氏が四月二十六日、シカゴ郊外の自宅で病死した。四十六歳だった。

同氏はアラクニッド社で二年半の間、海外での販売を担当していた。十二ヵ国語に通じており、日本のダーツ市場開発にも努力した。病名は明らかでないが、十日間ほど前に手術を受けていた。

話題のマシン

"システムI" 第18弾「ワースタ90」

新選手を加えて

ナムコ、ガンゲーム「コズモギャングズ」も

TV野球ゲーム機「ワールドスタジアム90」、光線銃による新アーケードゲーム機「コズモギャングズ」が、いずれも㈱ナムコ(本社東京、真鍋正社長)から七月中旬発売となる。

TVゲーム機「ワールドスタジアム90」は、同社"システムI"第十八弾で"ワースタ"シリーズの第三作目となる。前作「89」に、今年のプロ野球開幕時の新外人やルーキー、移籍選手、新監督などのデータが追加され、現在の十二球団の実勢に近いものとなっている。ゲーム内容および操作方法(八方向レバーと三つのボタン)は前作と同じ。

ワールドスタジアム90

球団(十二球団)と球場(三つあり広さが異なる)を選択し、スターティングメンバーの組替えなどを行なってゲームスタート。

画面は全体画面と展開に応じて各塁の走者、ダッグアウトの控え選手などのようすが示される。打者はヒッティング、バントを行ない、投手は速球、シュート、チェンジアップ、牽制球などを投げ、走者を追いかけてのタッチプレイもある。三イニングでゲーム終了だが、継続プレイで九回まで続行。一試合終了時にはその結果が掲載された"ナムコスポーツ"紙、ヒーローインタビューの場面などが表示される。ROMキットOP価格五万八千円、「89」からの改造ROMキット三万三千円。

アーケードゲーム機「コズモギャングズ」は今年春のAOUエキスポで参考出品されたもので、改良しこのほど完成。攻めてくる宇宙の盗賊団を銃で狙撃していくゲーム。二人同時協力プレイも可能。

前方から五匹のコミカルなギャングが、口をパクパクさせながら溝に沿って真っすぐに進んできて、手前にある赤いエネルギーコンテナを奪って後退していく。標的は口を開けた時、舌の先に付いており、命中するとギャングが一定距離を後退する。こうしてタイマー(初級七十秒、プロ百四秒選択)内に、ギャングにコンテナを一番奥まで運ばれないようにする。一つでもコンテナを運ばれるとゲーム終了。ギャングの愉快な音声が出る。難易度は四段階で切替え可能。幅九四㌢、奥行二五七㌢、高さ一六五・五㌢。直流電源使用。定価百二十四万八千円。

コズモギャングズ

本欄掲載の機械の価格は、すべて「外税方式」によるもので、消費税は含まれていない。

「NEO・GEO」カセット

忍者集団の戦い

SNK「ニンジャコンバット」

近未来都市での忍者の戦いを内容としたTVゲーム「ニンジャコンバット」が、㈱エス・エヌ・ケイ(本社大阪、川崎英吉社長)から同社「NEO・GEO」ソフトとして七月中旬発売となる。

これは近未来のニューヨークを荒廃させた悪の忍者集団"影一族"に、正義の忍者"忍一族"の生き残り"ジョー"と"ハヤブサ"が立ち向かっていくというもの。画面はプレイヤーの動きに従って横へスクロール。荒れ果てた遊園地、ダウンタウン、地下鉄、敵のアジトなど全部で七ステージ構成。敵忍者のうち途中で三人を味方に引き入れ、そこから"ニンジャコンバット"を結成し、忍者を選択しながら戦いを進めていけるのが特徴。二人同時プレイ、途中参加、継続プレイも可能。八方向レバーで忍者を移動させ、三つのボタンとの組合わせにより多彩な術を駆使する。

ニンジャコンバット

バク転、ジャンプ(味方となった忍者は瞬間移動、宙返り、張り手など)を基本に、手裏剣のほか火炎や稲妻、カゲロウ、岩石落とし、さらにアイテムでオノやこん棒、ヌンチャクなどを敵から奪い取って使う。攻撃の種類が多彩。忍術はボタンを押し続けパワーゲージをいっぱいにして使う。ライフ(ダメージ)ゲージとタイマーの併用で、いずれかがなくなると一人アウト。持ち人数が全部なくなるとゲーム終了。ゲームカセットOP価格二万八千円。

ボール投げのアーケードゲーム

直線に3個並べ

トーゴから「ラインボール」

ボールを投げるアーケードゲーム機「ラインボール」が、㈱トーゴ(本社東京、山田數夫社長)から五月中旬以降発売となっている。

これはビンゴゲームの要素を採り入れたもの。硬貨投入により手前に出てくる三つのカラーボールを、前方に投げる。前方の下部には縦横三つずつ、計九個の穴が並んでおり、いずれかの穴に入るとそれに対応して奥の盤面にランプが点灯する(入ったボールはそのままその位置で停止)。盤面に並ぶランプには、プレイヤーにわかりやすいように数字(ゲームとは無関係)が表示されている。三個投げて(ゲーム終了)縦か横、斜めに一直線に並ぶとパトライトが点滅し、カードが払出される。通信機能付きで、数台並べて同時プレイで競い合うこともできる。定価百五万円。

ラインボール

話題のマシン

3種の乗物使う「サンダーフォックス」

テロリスト壊滅

タイトーから「ダイナマイトリーグ」基板も

㈱タイトー(本社東京、長谷川桂祐社長)から、TVアクションゲーム機「サンダーフォックス」が七月十六日発売となる。また同社からTV野球ゲーム機「ダイナマイトリーグ」が、六月上旬発売となっている。

サンダーフォックス

「サンダーフォックス」は世界を侵略しようとするテロリストに対し、勇敢な男が立ち向かうというもの。二人同時プレイも可能で、協力して戦う。この二人の男が対テロリズムチーム"サンダーフォックス"と呼ばれる。画面はプレイヤーに従って横スクロールしていく。全部で五ステージ展開。

八方向レバーと三つのボタンを操作する。

男は歩いて進むが、場面に応じてジープ、空飛ぶ"ジャイロ"、マリンジェットの三種類(いずれも機銃付き)の乗物に乗り換えながら、あるいは五種類の火器を駆使して戦う。このほか二つのボタンを同時に押すと飛びげり、ハイジャンプも可能。レバーで左右移動、左右へのしゃがみ歩き、しゃがみ、ハシゴの登り降りなどを行なう。アイテムでナイフや機関銃も使える。一ステージがライフ制(ダメージを受けるごとに減る)とタイマー制の併用で、いずれかがなくなると一人アウト。持ち人数がすべてアウトになるか、全ステージをクリアするとゲーム終了。なお片面二人用操作盤と一人用のみの操作盤にも対応できる(ディップスイッチで切替え)。基板販売のみで定価十五万八千円。

「ダイナマイトリーグ」は日本十二球団、海外二十六球団、そして実在の、あるいは過去に実在した選手も含め合計七百六十人のデータをインプットしたプロ野球ゲーム。打球や送球の動きに合わせたズーム機能と全方向スクロール画面、自動的に行なわれる打球の捕球(捕球後操作)、他チームから一人を助っ人として取れるトレード、大リーグ各チームの代打陣に往年の大打者がいること——などが特徴。二人同時プレイも可能。八方向レバーと二つのボタンを操作。

攻撃側はレバーの押し方で、打者がアッパーとダウンのスイング、引っ張りと流しの打ち分け、バント、バスターなどを行ない、塁に出るとリード(三段階)、帰塁、盗塁などが可能。

守備側は投手の球速、変化球(投球後レバーで変化させる)、牽制球、捕球後の各塁への送球などを操作する。またタイムをかけて代打、代走、投手交替(いずれも交替選手を選択)もあり、きめ細かいゲーム運びができる。一ゲームは三イニング(切替え可能)で、二回継続プレイすると一試合のゲームが楽しめる。基板販売のみで定価十四万八千円。

ダイナマイトリーグ

リアル空中戦、2人同時プレイ

撃墜の数を競う

UPL製「ムスタング」基板

㈱ユーピーエル(本社栃木県小山市、鷺谷晴美社長)開発のTV空中戦ゲーム機「ムスタング」が、㈱タイトー(本社東京、長谷川桂祐社長)から、六月十三日発売となった。

これは米国空軍の戦闘機"ムスタング"(プレイヤー)と日本の旧帝国空軍との空中戦を内容としたもので、戦闘機や爆撃機の動き、撃墜した時に火を吹き黒煙を出して墜落していくシーンなどがリアルに表現されているのが特徴。画面は横スクロール。全部で八ステージ構成(エンドレス)。二人同時プレイも可能で、この場合は敵機の撃墜数(各ステージをクリアした時にそれぞれのトータル数表示)を競うことができる。八方向レバーと二つのボタンを操作する。

Aボタンで前方への機銃と下方への爆弾を同時発射し、Bボタンで画面内にいる敵機すべてにダメージを与える"ストライクフォーサー"(アイテム取得時)を発射できる。アイテムは途中で出現するヘリコプターを破壊すると現れ、機銃と爆弾のパワーアップ、プレイヤー機の1UPなどもある。敵機は編隊あるいは一機のみ(ステージのボスで巨大)で現れ、後方(画面左)からも飛行してくる。持ち機数がすべて破壊されるとゲーム終了。基板販売のみで定価十五万八千円。

ムスタング

アクトのセンターレール式乗物

犬がはって進む

「ダックスくんの探偵クラブ」

レール走行式乗物機の「ダックスくんの探偵クラブ」が、㈱アクト(本社横浜、野崎誠社長)から昨年秋以降発売となっている。

同機は昨年春のAOUショーに参考出品されたが、その後デザインなどに改良が加えられたもので、センターレール方式の乗物機。ダックスフントが頭を上下させ四本の足を動かしながら、はうようにコミカルに走行する。背中部分に座席があり、上に屋根が付いている。またダックスフントの首と尾の部分に、それぞれ帽子をかぶった小犬が乗っている。走行中メロディーが流れる。三人乗り。

OP価格で車両が百四十六万円、レールは直線一㍍で一万四千円、曲線四点セットで五万五千円、外柵(スチール製焼付け塗装仕上げ)一㍍で一万二千円、ホーム(アーチ、看板付き)十九万五千円。以上に電源装置を含めた十五㍍コースのセットでは二百二十万円、三十二㍍コースでは二百六十八万円。なお特注で登坂仕様や多編成車両なども可能。

ダックスくんの探偵クラブ

話題のマシン

（第378号～第382号）

カエルのうた
ボタンでボールを次々と前方へ弾き飛ばし、ガマガエルの口の中に入れていくゲームで、一定得点以上で景品カプセル払い出し。定価46万円。【こまや】No.380

つるりんくん
同社"ミニ・エンターテイメントシステム"第１弾。ＴＶ画面でだんごを盗むゲームを行ない、全部取ると景品払い出し。ＯＰ価格24万８千円。【コナミ】No.380

レーザーコマンド
光線銃を使うガンゲーム機。次々と現れる敵に赤い照準を合わせ連射。タイマー制だが、一定得点以上でタイム延長となる。定価170万円。【関西精機】No.379

アメリカンショット
アメリカンフットボールをテーマとしたアーケードゲーム機。開閉するゴールにボールを投げ入れる。カード払出し機構付き。定価105万円。【トーゴ】No.382

ハングリーアニマル
ランダムに大きな口を開けるカバにボールを投げ、口に入るとパトライトが点灯し得点。一定得点以上でカード払い出し。定価115万円。【トーゴ】No.381

アタックランド
ＴＶ画面に現れる敵を備え付けの銃で狙撃するというガンゲーム機。タイマー制。一定得点以上で景品カプセル払い出し。定価38万８千円。【タイトー】No.381

パイキング
パイラットのように動く海賊船に大砲を発射（ＬＥＤ）するもの。３回撃ち一定得点以上で景品が払い出される。ＯＰ価格24万８千円。【サンワイズ】No.381

ゴリタンおやこのどっちの手に入ってるか
ゴリラの親子のぬいぐるみを配したプライズマシン。両手で伏せたおわんのどちらにリンゴがあるかを当てると景品払い出し。定価45万円。【カワクス】No.380

チュウチュウドラまねき 2
円盤の回転を止め、「当たり」で景品１個、「大当たり」で景品が２個払い出されるというプライズマシン。ＯＰ価格19万８千円。【カプコン】No.380

チビッココンボイ
バッテリーカー。コンパクトながらもコンボイの雰囲気を出したデザイン。メロディー２曲付き。前１人、後部２人の３人乗りで定価64万円。【ホープ】No.380

ツインズカー
１人乗りの車を２台セットにした定置型乗物機。中央に点滅する信号機を設置。作動中２台の車のヘッドライトが点灯。定価115万円。【トーゴ】No.380

ビッグベアー
同社"フアフア"シリーズ第22弾のエアーアクション遊具。Ｖサインを出しているクマをデザインしたもの。定員20名で定価300万円。【タスコ】No.379

とべとベアンパンマン
１人乗り定置型乗物機。キャラクター部はレンタルで月１万８千円、メカ部ＯＰ価格19万８千円。ＤＸ型はカード払出機構付きで割高。【バンプレスト】No.379

サーカスカー
定置型乗物機。移動サーカス団のトラックをデザイン。窓に動物を配置。回る絵が楽しめる。音声、メロディー付き。４人乗り。定価86万円。【ホープ】No.379

ビッグ Ⅲ
６人用メダルゲーム機。３つのルーレット使用により３つの数字をスロットマシン式に当てるもの。ジャックポットもある。定価570万円。【ジャレコ】No.381

ＭＶＳ・ＳＣ用キャビネット
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」システムのＳＣロケ用。４種類のカセットを収納。ステレオ音響、ヘッドホン端子付き。19㌅型ＯＰ価格26万８千円。【ＳＮＫ】No.378

アンクルカメさん大冒険
定置回転式乗物機。カメを擬人化したコミカルなデザイン。ローリングしながら60度回転。メロディー付き。３人乗りでＯＰ価格88万円。【アクト】No.382

なかよしシーソー・クマ
同社シーソータイプ「パンダ」のキャラクターを「クマ」にしたもの。音声３種類（切替え式）とメロディー２曲付き。２人乗り。定価80万円。【ホープ】No.381

なかよしシーソー・パンダ
丸太をデザインしたシーソーの定置型乗物機。パンダを相手に上下動を楽しむ。３種の音声と２曲のメロディー付き。２人乗りで定価80万円。【ホープ】No.381

メカロボ・カバ
同社"メカロボ"シリーズ第２弾。歩くように走行するバッテリーカー。ボタンで後進も可能。レバーで電子銃発射音も出る。定価85万円。【日邦産業】No.381

フアフアホース
同社エアーアクション遊具"フアフア"シリーズ第23弾。コミカルな白馬が走っているようすをデザインしたもの。定員20名で定価300万円。【タスコ】No.380

総目録 No.63

本紙「話題のマシン」でとりあげた機械の総目録です。とりあげた時点でⓐ明らかなコピー機やⓑとばくに使用されやすいメダルゲーム機は、すでに排除しています。配列は❶フリッパー、❷ＴＶゲーム機、❸アーケードゲーム機（プライズマシンを含む）、❹メダルゲーム機、❺乗物機、❻その他に分類、それぞれ掲載順としました。社名末尾の数字は掲載号数です。なお基板、ＲＯＭキットのみなどのＴＶゲーム機については、画面の写真だけにしました。（一部次回へ繰越し）

レーシングヒーロー
世界10カ国のコースを走破するＴＶバイクレースゲーム機。同社シットダウンタイプ。アクセルとブレーキを操作。20㌅型でＯＰ価格58万円。【セガ社】No.378

ワール・ウインド
米国ウィリアムズ社製フリッパー。旋風をテーマとし、風を送るファンやボールのコースを変える回転盤などを設けている。定価62万円。【タイトー】No.380

ライト、カメラ、アクション
米国プリミア社製フリッパー。映画の撮影現場をテーマとしたもの。プレイフィールドを照らすライトなどフィーチャー多彩。定価60万円。【タイトー】No.379

ロッド・ランド
同社"メガシステム１"第10弾。妖精が魔物と戦うコミカルアクションゲーム。基板ＯＰ価格16万８千円、ＲＯＭ基板７万８千円。【ジャレコ】No.378

バルダーダッシュ
米国ファーストスター社開発パソコン用ゲームの業務用版。地中を掘り進み宝を集めるゲーム。基板販売のみでＯＰ価格13万８千円。【データイースト】No.378

麻雀狂列伝
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」用ソフト。ＴＶ麻雀ゲームで２人のプロ歌手が歌う演歌が流れる。専用操作盤使用。カセットＯＰ価格２万８千円。【ＳＮＫ】No.378

マジシャンロード
同社「ＮＥＯ・ＧＥＯ」用ソフト。アルファ電子工業開発。他のキャラクターに変身しながら魔物と戦う。カセットＯＰ価格２万８千円。【ＳＮＫ】No.378

カダッシュ
悪魔に連れ去られた姫を助けに行くというＴＶゲーム機。魔法や忍術なども使える。２人同時プレイも。基板販売のみで定価15万８千円。【タイトー】No.378

キャメルトライ
同社"Ｆ２システム"第５弾。背景の迷路画面を回転させながらボールを転がして運んでいく。基板定価21万５千円、サブ基板８万８千円。【タイトー】No.378

エイリアンストーム
同社"システム18"第２弾。エイリアンと戦うアクションシューティング。基板キット定価19万７千５百円、ＲＯＭキット９万７千５百円。【セガ社】No.381

球界道中記
同社"システムⅡ"第９弾。野球ゲーム。きめ細かいプレイが可能。２人対戦プレイも。基板ＯＰ価格18万８千円、ＲＯＭキット７万８千円。【ナムコ】No.380

パロディウスだ！
同社の従来ＴＶ機キャラクターが多数登場しギャグを連発するというコミカルシューティングゲーム。基板販売のみでＯＰ価格14万８千円。【コナミ】No.379

スノーブラザーズ
ＴＶコミカルアクションゲーム機。敵を雪に包みけり飛ばして倒す。２人同時プレイも。基板販売のみでＯＰ価格11万８千円。【東亜プラン／テクモ】No.379

Ｇ－ＬＯＣ
ドッグファイトを内容としたコックピット型ＴＶ体感ゲーム機。回転機能採用画面。難易度３段階。20㌅ブラウン管使用。ＯＰ価格138万円。【セガ社】No.379

雷電
戦闘機によるタテスクロールのシューティングゲーム機。武器のパワーアップが特徴的。基板販売のみでＯＰ価格14万８千円。【セイブ開発／テクモ】No.378

ばいきんまんたいじ
ランダムに動く"ばいきんまん"にボールを投げつけるアーケードゲーム機。当たると口を大きく開ける。力量を３段階に評価。定価90万円。【トーゴ】No.379

ダークシール
魔物を倒し魔界の扉に封印するというＲＰＧ的ＴＶゲーム機。魔法も使う。２人同時プレイも。基板販売のみでＯＰ価格14万８千円。【データイースト】No.382

アイレム・エア・デュエル
怪獣メカを撃破していくＴＶ空中戦ゲーム。ヘリか戦闘機を選択。２人同時プレイも。基板ＯＰ価格16万８千円、ＲＯＭキット７万８千円。【アイレム】No.382

ボナンザブラザーズ
同社"システム24"第７弾。泥棒兄弟によるＴＶコミカルアクションゲーム。基板キット定価18万５千円、フロッピーキット８万５千円。【セガ社】No.382

ハットリス
パジトノフ氏開発。ＢＰＳを通じ許諾。同種の帽子を５つ重ねて消していくＴＶゲーム。基板販売のみで定価38万８千円。【ビデオシステム／タイトー】No.381

トライゴン
異星からの侵略者を撃破していくというＴＶ空中戦ゲーム。"自動追尾ドラゴン"などアイテムに特徴。基板販売のみでＯＰ価格14万８千円。【コナミ】No.381

暑中お見舞申し上げます！

有限会社 アイモ
代表取締役 田口宣由
〒170 東京都豊島区東池袋二—十七—二 SHOWAハイム一F
TEL〇三（九八六）四五九一

アイレム株式会社
代表取締役社長 高嶋由之
〒550（本社）大阪市西区西本町一—十一—九 岡本興産ビル
TEL〇六（五三五）一〇六〇
〒106（東京販売所）東京都港区南麻布三—十九—二三 オーク南麻布ビル
TEL〇三（四四二）三〇八一

朝日エンジニアリング株式会社
代表取締役 佐原十郎
〒559-03 大阪府泉南郡岬町淡輪一三八七—二
（大阪事務所）TEL〇七二四（九四）〇七八三
（本社工場）TEL〇八八六（二五）二二五八

旭精工株式会社
代表取締役 安部寛
〒107 東京都港区南青山二—二四—十五 青山タワービル二F
TEL〇三（四〇一）六一八一

株式会社 アトラス
代表取締役社長 原野君也
〒162（本社）東京都新宿区神楽坂三—一 シャトービル
TEL〇三（二三五）七八〇一
FAX〇三（二三五）七八〇四
〒162（開発本部）東京都新宿区若宮町一三—一 藤田ビル
TEL〇三（二三五）七八〇二
FAX〇三（二三五）七八〇三

株式会社 アミューズオリエント
代表取締役 矢内敬治
〒170 東京都豊島区北大塚二—九—十二
TEL〇三（九四〇）三三七一
FAX〇三（九四九）一一二二

株式会社 アムス
代表取締役 梅村富久
〒465 名古屋市名東区宝が丘二九九
TEL〇五二（七七四）二五一一
FAX〇五二（七七四）一二二三

株式会社 アムレス
代表取締役 小村茂
〒982 宮城県仙台市若林区若林一—十一—十二
TEL〇二二（二八六）九六一六
FAX〇二二（二八五）八六〇六

株式会社 アリス電子機器
代表取締役 太田周
〒530 大阪市北区東天満二—六—七 高橋ビル東八号館
TEL〇六（三五四）〇六三一

アルファ電子株式会社
代表取締役 新井一夫
〒362 埼玉県上尾市愛宕三—二—十五
TEL〇四八（七七五）二四一二

エイト・レジャー物産株式会社
代表取締役 富田紀一
〒001 札幌市北区北二十八条西四丁目 第一エイトビル
TEL〇一一（七五六）八八六一
FAX〇一一（七五六）五六三八

株式会社 エイブルコーポレーション
代表取締役 熊谷俊範
〒171（本社）東京都豊島区池袋四—八—三 エイブルビル
TEL〇三（九八八）二〇六一
FAX〇三（九八六）五一八〇

エース自動機株式会社
代表取締役社長 村上公伯
専務取締役 髙野貞義
〒154 東京都世田谷区野沢二—二〇—一
TEL〇三（四一〇）〇五二五
FAX〇三（四一〇）〇五二七

株式会社 エス・エヌ・ケイ
代表取締役 川崎英吉
〒564 大阪府吹田市豊津町十八—八
TEL〇六（三三八）七〇〇七

株式会社 エム・アイ・ピー
代表取締役 伊藤博則
〒564 吹田市川岸町十一—一
TEL〇六（三八二）一四〇〇
FAX〇六（三一九）一五一二

株式会社 大阪アミューズメント商会
代表取締役 樽本弘
〒583 大阪府藤井寺市野中五丁目五五五—一
TEL〇七二九（三九）七七三三㈹
FAX〇七二九（三九）七七六六

株式会社 大阪サービス・ゲームス
代表取締役社長 松居袈裟子
〒545 大阪市阿倍野区阿倍野筋二—五—一三
TEL〇六（六四七）七三三一㈹
FAX〇六（六三一）一〇六七

大野商事株式会社
代表取締役 大野圭一
〒302 茨城県取手市井野台二—三—四九
TEL〇二九七（七三）〇〇〇五
FAX〇二九七（七三）三五一二

大平技研工業株式会社
代表取締役 大平輝雄
〒501-31 岐阜市岩井万場四四番地
TEL〇五八二（四一）七四九一

大森電気株式会社
代表取締役 大森節雄
〒190-12 東京都武蔵村山市伊奈平三—三—二
TEL〇四二五（六〇）三二二一

株式会社 岡田商会
代表取締役専務 小澤茂夫
〒615 京都市右京区西院東貝川町五 沢田ビル九F
TEL〇七五（三一三）一六〇〇
FAX〇七五（三一四）三一八九

株式会社 岡本製作所
代表取締役 岡本典之
〒553 大阪市福島区海老江七—十九—九
TEL〇六（四五一）六一五六

加藤工業株式会社
代表取締役 加藤克彦
〒567 大阪府茨木市沢良宜西一—二—十一
TEL〇七二六（三五）一八八六
FAX〇七二六（三五）一八八〇

株式会社 カトウ製作所
代表取締役 加藤イサム
〒157 東京都世田谷区北烏山六—二四—十三
TEL〇三（三〇七）一二二一

株式会社 金子製作所
代表取締役 金子浩
〒177 東京都練馬区石神井台八—二三—二一
TEL〇三（九二二）九六六一
FAX〇三（九二二）一七五三

株式会社 カプコン
代表取締役社長 辻本憲三
〒540 大阪市中央区大手通一—四—十二 カプコンビル
TEL〇六（九四六）六六二二㈹
FAX〇六（九四六）二〇六一

株式会社 カワクス
代表取締役 川楠俊太郎
〒577 東大阪市川俣三丁目一番三五号
TEL〇六（七八七）一八八一
〒104 東京都台東区東上野一—二四—四 丸千第二ビル
TEL〇三（八三七）三八八四
〒810 福岡市中央区大名二—三—二
TEL〇九二（七一三）一〇八三

関西カクタス株式会社
取締役社長 梅原靖三
〒530 大阪市北区角田町一—一 東阪急ビル五階
TEL〇六（三一三）四五五二
FAX〇六（三六一）二八八六

株式会社 関西精機製作所
代表取締役 古川謙三
〒615 京都市右京区西京極豆田町三
TEL〇七五（三一一）九二四五

関東娯楽工業株式会社
代表取締役 中村哲
〒171（本社）東京都豊島区南池袋一—十八—二三—一〇二
TEL〇三（九八六）五三三一
〒131（工場）東京都墨田区立花五—二—一二
TEL〇三（六一〇）三二二一

株式会社 岐阜遊園
代表取締役 石川昭雄
〒504 岐阜県各務原市蘇原栄町一—三
TEL〇五八三（八三）三〇三五

株式会社 ケイアンドユウ商会
代表取締役 林謙二
〒577 東大阪市高井田本通五丁目二番地
TEL〇六（七八三）六三六二
FAX〇六（七八三）六二四七

コナミ株式会社
代表取締役会長 上月景正
代表取締役社長 菱川文博
〒102 東京都千代田区神田神保町三—二五
TEL〇三（二六四）五六七八

株式会社 こまや
代表取締役 田中弘
〒658 神戸市東灘区魚崎南町六—十—四
TEL〇七八（四一二）二二二一

株式会社 サービス・ゲームス・ジャパン
代表取締役 森武司
〒652 神戸市兵庫区入江通三—一—二七
TEL〇七八（六七一）一九〇三㈹
FAX〇七八（六八一）三三六三
営業所 高知・愛媛

サンリツ電気株式会社
代表取締役 重田守
〒229 神奈川県相模原市千代田二—六—二三
TEL〇四二七（五二）七七〇一㈹

株式会社 サンワイズ
代表取締役 松下清
〒181 東京都三鷹市大沢一—九—二四
TEL〇四二二（三一）二五一一

三和電子株式会社
代表取締役 斉藤隆
〒173 東京都板橋区中丸町五八—五
TEL〇三（九五九）六六一一
FAX〇三（九五五）九二〇八
〒533 大阪営業所 大阪市東淀川区東中島四—十一—三二 ネオライフ新大阪八〇五
TEL〇六（三二四）三九一六
FAX〇六（三二四）三九一八

株式会社 ジェイ・アール・イー
代表取締役 能美政彦
〒556 大阪市浪速区難波中三—四—四〇
TEL〇六（六四七）一六二二

シグマ商事株式会社
代表取締役 真鍋勝紀
〒150 東京都渋谷区神宮前六—十九—十八 コマツローリエビル
TEL〇三（四八六）二八九一
FAX〇三（四八六）二八九〇

株式会社 ジャレコ
代表取締役社長 金沢義秋
〒158 東京都世田谷区用賀二—十九—七
TEL〇三（七〇八）四八一一（大代表）

株式会社 秀和
代表取締役 西尾公秀
〒556 大阪市浪速区日本橋五—十二—九
TEL〇六（六三二）六六四四
FAX〇六（六四九）七二二二

株式会社 西部リース
代表取締役 曽我榮蔵
〒421-01 静岡市桃園町八—十七
TEL〇五四二（五八）一一一三
FAX〇五四二（五八）〇三二三

株式会社 セガ・エンタープライゼス
代表取締役社長 中山隼雄
〒144 東京都大田区羽田一—二—十二
TEL〇三（七四三）七四三〇

株式会社 禅
代表取締役 松川浩之
〒462 名古屋市北区生駒町七—一四五
TEL〇五二（九八一）三七三三
FAX〇五二（九八一）三七九四

株式会社 セントラル・レジャーシステム
代表取締役 金子孝運
〒223 横浜市港北区日吉本町一—二〇—八 セントラルビル
TEL〇四四（六四）一〇三一

泉陽興業株式会社
取締役社長 山田三郎
〒556（本社）大阪市浪速区元町一—十三—十五 泉陽ビル
TEL〇六（六三二）一〇五一（大代表）
〒101（東京支店）東京都千代田区神田多町二—九—二 神城ビル三F
TEL〇三（二五二）三九五一㈹

株式会社 総商
代表取締役 木村雅三
〒444 岡崎市井田西町十七—四
TEL〇五六四（二四）二五八一
FAX〇五六四（二一）〇五五五

株式会社　タイガー娯楽
代表取締役　早見儀信
〒413　静岡県熱海市中央町十番十七号
TEL〇五五七（八三）五〇〇〇
FAX〇五五七（八三）五〇二三

株式会社　タイガー商事
代表取締役　鈴木民夫
〒538　大阪市鶴見区今津中一―七―十二
TEL〇六（九六二）九四二五
FAX〇六（九六二）四五五六

株式会社　タイトー
代表取締役社長　長谷川桂祐
〒102　東京都千代田区平河町二―五―三
TEL〇三（二二二）四八八八

太陽アドバンス有限会社
代表取締役　田中章雅
〒110　東京都台東区下谷一―十一―二
TEL〇三（八四三）八七七六
FAX〇三（八四三）八七四四

株式会社　宝娯楽
代表取締役　矢野照和
〒210　川崎市川崎区池上町九―十
TEL〇四四（二七七）七八八一
FAX〇四四（二七七）七八一四

タスコ株式会社
代表取締役　上原義和
〒113　東京都文京区本駒込三―十七―二
TEL〇三（八二七）六七四一

株式会社　タップス
代表取締役　土井照子
〒556　大阪市浪速区元町一―七―五
クラッシーコート3F
TEL〇六（六三三）一五一五
FAX〇六（六三三）一五五二

辰巳電子工業株式会社
代表取締役社長　辰巳嘉宏
〒634　奈良県橿原市十市町十四
TEL〇七四四二（三）四七六四
FAX〇七四四二（五）一一九一

株式会社　ティエィディ
代表取締役　横山忠
〒181　三鷹市下連雀三―三一―二
シルクロードふじ三階
TEL〇四二二（四二）八〇三一

テクモ株式会社
代表取締役　柿原孝
〒102　東京都千代田区九段北四―一―三四
TEL〇三（二二二）七六二〇

データイースト株式会社
代表取締役社長　福田哲夫
〒167　（本社）東京都杉並区上荻二―三一―十二
TEL〇三（三九二）四一五一
〒167　（研究所）東京都杉並区南荻窪四―四一―十
TEL〇三（三三一）五四四一

株式会社　テヅカ
代表取締役　手塚明雄
〒663　兵庫県西宮市高松町十六―十五
TEL〇七九八（六六）〇八一一
FAX〇七九八（六六）二二七五

株式会社　東亜プラン
代表取締役　清本吉行
〒167　東京都杉並区清水一―八―四
東亜ビル
TEL〇三（五三九七）〇五一一㈹
FAX〇三（五三九七）四七五五

株式会社　トーゴ
代表取締役社長　山田數夫
〒152　東京都目黒区八雲一―五―七
東娯ビル
TEL〇三（七一八）六四六一

株式会社　トライ
代表取締役　鞭木立行
〒270　千葉県松戸市新松戸南一丁目三六五
荒川グリーンビル二〇五
TEL〇四七三（四八）三八八〇
FAX〇四七三（四八）三八八五

株式会社　トロンシステム
代表取締役　石田博
〒556　大阪市浪速区元町二―十二―二五
TEL〇六（六三三）五六一四
FAX〇六（六三三）五四六〇

中日本リース株式会社
ダイナックス株式会社
代表取締役　早川永一
〒463　名古屋市守山区甘軒家八反十七―一
NLビル
TEL〇五二（七九一）四一一一

株式会社　ナムコ
代表取締役会長　中村雅哉
〒146　東京都大田区矢口二―一―二
TEL〇三（七五六）二三一一

株式会社　ナムコ
代表取締役社長　真鍋正
〒146　東京都大田区矢口二―一―二
TEL〇三（七五六）二三一一

日本科学遊園株式会社
代表取締役　江川清一郎
〒607　京都市山科区日ノ岡鴨土町二〇
TEL〇七五（五八一）八八〇八

日本娯楽機株式会社
代表取締役　遠藤嘉一
〒107　東京都港区南青山二―二二―四
TEL〇三（四〇二）七三一一
FAX〇三（四〇三）八八六二

株式会社　日本コンラックス
代表取締役社長　岡田真治
〒100　東京都千代田区内幸町二―二―二
富国生命ビル
TEL〇三（五〇二）一八一一

パサデナインターナショナル株式会社
代表取締役　細井久平
〒562　大阪府箕面市瀬川四―十五―四五
TEL〇七二七（二一）八八三〇
FAX〇七二七（二四）二四九〇
〒532　新大阪支店
大阪市淀川区宮原一―十六―二八
TEL〇六（三九七）〇九八七
FAX〇六（三九七）〇九七八

株式会社　バンプレスト
代表取締役　杉浦幸昌
〒111　東京都台東区駒形一―四―十四
バンダイ第三ビル
TEL〇三（八四七）五一六一

株式会社　ビスコ
代表取締役　秋山哲雄
〒603　京都市北区衣笠東御所の内町十三
TEL〇七五（四六四）二六七六

ビデオシステム株式会社
代表取締役　古川晃司
〒606　（本社）京都市左京区下鴨松ノ木町三五番地一
TEL〇七五（七二三）〇三五八
〒108　（東京営業所）東京都港区芝五―十一―二
橋本ビル2F
TEL〇三（四五二）五六七七

株式会社　フェイス
代表取締役　金谷龍坤
〒164　（営業・販売部）東京都中野区弥生町二―二六―二
第2Kビル
TEL〇三（二二九）三一〇一
FAX〇三（二二九）三五五五
〒164　（本社）東京都中野区弥生町一―九―八
TEL〇三（三七二）七四一一
FAX〇三（三七二）三一四一

株式会社　フォーベックス
代表取締役　大山行夫
〒467　名古屋市瑞穂区下坂町二―三八
TEL〇五二（五八三）〇五一一
FAX〇五二（五六五）一六七四

株式会社　富士リース
代表取締役　山本英二
〒542　大阪市中央区千日前二―十一―五
TEL〇六（六三三）五〇〇八㈹
FAX〇六（六三三）五一五二

株式会社　フナイ
常務取締役　大槻隆弘
〒540　大阪市中央区森ノ宮中央一―十六―二二
フナイビル
TEL〇六（九四一）〇二六二

豊永産業株式会社
代表取締役　永楽藤八
〒555　大阪市西淀川区大野三―七―四三
TEL〇六（四七五）〇三二一～三
FAX〇六（四七三）一二七三

株式会社　ホープ
取締役社長　小野定良
〒211　（本社工場）川崎市中原区今井上町五〇
TEL〇四四（七二二）六一四一
FAX〇四四（七一一）二七七九
〒618　（関西営業所）京都府乙訓郡大山崎町鏡田二
TEL〇七五（九五七）五六一三
FAX〇七五（九五七）〇三一三

株式会社　ホームデータ
代表取締役　松浦博司
〒651　神戸市中央区葺合町馬止一―十
ホームデータビル
TEL〇七八（二六一）二七九〇

真砂工業株式会社
代表取締役　真砂幸男
〒270-14　千葉県東葛飾郡沼南町沼南工業団地
TEL〇四七一（九一）四一五一

ミゼッティ工業株式会社
代表取締役　橋本敬造
〒187　本社工場
東京都小平市鈴木町一―五三―二
TEL〇四二三（四三）二八五一
〒150　営業部渋谷オフィス
東京都渋谷区宇田川町二―一
渋谷ホームズ一〇七
TEL〇三（四六四）七七三九

峯興業有限会社
代表取締役　峯久
〒543　大阪市天王寺区玉造元町十四―二
玉造ゲームセンター
TEL〇六（七六二）九一八二
FAX〇六（七六二）六七八七

明昌特殊産業株式会社
会長　岡本昌明
社長　福田三徳
〒553　大阪市福島区鷺洲三―六―一二
TEL〇六（四五八）三五五七
FAX〇六（四五一）二四六七

株式会社　名豊商事
代表取締役　高梨政己
〒110　東京都台東区東上野三―十二―十一
TEL〇三（八三三）四八九一

メディア商事株式会社
代表取締役　柏信行
〒578　東大阪市今米二番二号
TEL〇七二九（六四）〇七一七
FAX〇七二九（六四）二〇五九

株式会社　友栄
代表取締役　内田博
〒101　東京都千代田区三崎町三―七―五
TEL〇三（二六三）九四二一

株式会社　ユーピーエル
代表取締役　鷺谷晴美
〒323　栃木県小山市駅南町六―十三―三十
TEL〇二八五（二七）六六〇〇
FAX〇二八五（二七）九五九三
〒110　（東京営業所）東京都台東区上野三―十六―三
TEL〇三（八三四）一四三四
FAX〇三（八三四）三九一八

ユニバーサル販売株式会社
株式会社　ユニバーサル
代表取締役　岡田和生
〒108　ユニバーサル販売㈱本社
東京都港区高輪三―二二―九
TEL〇三（四四八）一三一一
〒323　株式会社ユニバーサル本社
栃木県小山市荒井五六一
小山第三工業団地内
TEL〇二八五（二五）五五二一

株式会社　ローラートロン
株式会社　ローラートロン大阪
代表取締役　森真一
〒160　東京都新宿区西早稲田二―二〇―一
TEL〇三（二〇四）〇四六九
〒553　大阪市東淀川区東中島一―十二―三三
TEL〇六（三二五）三八四三

有限会社　若葉商会
代表取締役　上林誠一郎
〒228　座間営業所（主たる営業所）
神奈川県座間市南栗原一―十二―十五
TEL〇四六二（五四）五四二三㈹
FAX〇四六二（五五）七八〇九
〒228　（本社）
神奈川県相模原市相南四―六―二
TEL〇四二七（四六）五七二七

業界団体分

社団法人　日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）
会長　中村雅哉
〒100　東京都千代田区永田町二―十一―二
秀和永田町TBRビル七〇四号
TEL〇三（五九三）二五六三
FAX〇三（五八一）三六五六

社団法人　全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（AOU）
会長　梅原靖三
役員一同
〒101　東京都千代田区神田佐久間河岸九一
リバーサイドトナカイビル五〇三号
TEL〇三（八六六）九三七一
FAX〇三（八六六）九三八九

北海道アミューズメント・オペレーター協会
会長　田中亀雄
〒003　札幌市白石区中央二条一―九二
白石中央ビル三F
TEL〇一一（八四一）一七六三
FAX〇一一（八一三）三一三八

茨城県アミューズメントオペレーター協会
会長　宇島準一
会員一同
〒310　事務所
水戸市渋井町一二八―二
㈱トニー内
TEL〇二九二（二六）〇四五一
FAX〇二九二（二四）八二四一

群馬県健全娯楽業協会
会長　吉村敬一郎
〒370　高崎市中尾町七六七―五
メキシコ内
TEL〇二七三（六三）四九七七
FAX〇二七三（六三）三二三一

神奈川県アミューズメントマシンオペレーター協同組合
理事長　加茂飛智男
〒211　川崎市中原区木月六八三
TEL〇四四（四一一）六〇八八

静岡県アミューズメント協会
会長　曽我榮蔵
〒421-01　静岡市桃園町八番一七号
TEL〇五四二（五八）一一二三
FAX〇五四二（五八）〇三一三

三重県アミューズメントオペレーター協会
会長　松本静雄
役員一同
〒519-04　三重県度会郡玉城町世古三四五
TEL〇五九六（二二）〇五六八
FAX〇五九六（二七）〇七五五

京都府健全娯楽業協会
会長　吉田勲
役員一同
〒607　事務所
京都市山科区日ノ岡鴨土町二〇
日本科学遊園㈱内
TEL〇七五（五〇二）一四三四
FAX〇七五（五九四）四〇四五

大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会
会長　梅原靖三
役員一同
〒541　大阪市中央区久太郎町一―二―十六
三星中央別館七F七〇六号
TEL〇六（二六三）一三八一
FAX〇六（二六三）一三八三

岡山県アミューズメントマシンオペレーター協会
会長　松田次雄
役員一同
〒700　岡山市内山下一―三―十五（MAS第三ビル内）
TEL〇八六二（三二）四一三三
FAX〇八六二（三三）六五七六

宮崎県健全娯楽業組合
会長　有坂順三
〒880　宮崎市恒久南二丁目八―二四
TEL〇九八五（五二）一三一四
FAX〇九八五（五二）一一〇三

沖縄県アミューズメント協会
会長代行　仲順利治
〒900　沖縄県那覇市泊三―十三―十一
宮城商事第二ビル㈱タイトー沖縄営業所内
TEL〇九八八（六三）六一二二
FAX〇九八八（六三）六一四六

日本SC遊園協会（NSA）
会長　内田博
常務理事　宮原久
〒150　東京都渋谷区渋谷一―八―三
安田生命ビル九F
TEL〇三（四八六）六六六一
FAX〇三（四〇七）八七九四

大阪レジャー機器協同組合
相談役理事　田中熊雄
理事長　峯久
役員一同
〒543　大阪市天王寺区玉造元町十四―二
TEL〇六（七六一）九一八二
FAX〇六（七六二）六七八七

まるちかめらあいず MULTI CAMERA EYES No.136

散歩〈4〉

鎌先英太郎

朝の間ずっと降り続いていた雨があがったので散歩に出かけた。

雨の後の散歩が好きだ。白っぽい埃が綺麗に洗い流されて、緑という緑が水分をたっぷりと含んで鮮やかに陽光に燦いている。

そこいらの溝のねきに沿って生えている、雪の下やどくだみ、露草など、ふだんあまり目にとめない草まで美しい。

山を降りてダウンタウンにかかるところに、小さな本屋と以前はユーハイムと看板を出していたのに、気がつかない間にローザと店の名を変えた喫茶店がある。

小さな本屋に入ってみたら入口の棚に福武文庫の『テスト氏』があったので買う。

どうして衝動買いをしてしまったのかというと理由の大半は三百八十円であったこと、次いで以前一度読んだのは小林秀雄訳の創元選書版で『テスト氏』が名誉であるという話は轟きわたっているのに、今になってみると印象が薄くなってしまっているので、新しい粟津則雄訳で読んだら、また変った感じになるのではなかろうかとおもったことなどである。

ダウンタウンに入って映画館のポスターを見てゆくのを楽しみにしていたのだが、一寸先に道いっぱいに塞いで、大型トラック並の大きさのヴァキュームカーが止っていた。いたし方なくユーターンをしてしまう。

また三十度ぐらいの坂をだらだらと登っていった。小さな小さな山なので五分たらずでトップを越して、向うの方の下りにかかるところで道が九十度、ほぼ直角に曲っている。ここの角の周辺に喫茶店とラーメン屋と焼肉屋と不動産屋が固まっていて、その背後にエッフェル塔にも似た巨大な高圧線の鉄塔が建っている。

この喫茶店に入って、『テスト氏』を見ることにした。ダウンタウンの中を徘徊しなかったので今日の散歩は二十分足らずのものになってしまった。

店内で飼っていた鸚鵡(オウム)が死んで、同じ場所に同じ色で同じ型のやきものの鸚鵡が置いてある。

もう生きものを飼うのに疲れてしまってやきものに置き換えたのだろうか。もっとも、鸚鵡がいることを知らないで、この店でスポーツ紙を読んでいる時に、突然このパロットが奇妙奇天烈な声で鳴いたのには驚かされた。

鸚鵡の置きものの後の壁に『当分の間、育児のために午後四時で閉店させて頂きます』と貼り紙がしてあった。

ママさんはまだ二十歳になるかならぬかの小柄なあどけなさを残したひとであったが、もう本当のママさんになってしまったのだ。しかも優しい優しいママのようだ。

『テスト氏』を開く。

ヴァレリーは海がすきで海を望む丘に墓がある詩人だぐらいは、うろおぼえの裡にあったのだが、海が見える丘の墓には深い理由があった。

粟津則雄の解説をみると、一八七一年、南仏の海港セトーに生まれ、父は税関検査官でどうやら仕事の都合で住む場所はいつも港、父方はコルシカの船乗りの家系、母方は北イタリア系の家系で、ヴァレリーのなかには、明晰で透明な地中海の光がくまなく浸透していたそうだ。

粟津はヴァレリーを考えるにあたって、この海との関係にまず着目している。

絶えず変化しながら、しかもつねに原始のままの姿を保つもの、もっともなまなましく直接的でありながら、一種の抽象的な活動体でもあるもの、海の持つこのような性格は、やがて彼が積みあげる思考に対して独特の刻印を与えることとなるとしている。

ヴァレリーは町と海とを見おろす丘の上の小学校に通い始める、そしておもう。

「九歳か十歳のころ、わたしは、自分の精神の島とも言うべきものを作り始めたにちがいない。かなり打ちとけやすい人づきのいい性質だったが、わたしは、だんだんと、自分だけのきわめて秘密な庭を作りあげて、そこに、まったく自分自身のものでしかありえないイメージを、育てあげるようになった」

その後ずっと普遍的精神の方法と可能性を生涯にわたって追求したヴァレリーが創造したのが、文学史上もっとも特異な人物の一人とされているテスト氏であるという。

『テスト氏』の中に、テスト氏との散歩がある。

――夏には、毎朝十一時頃になると、わたしは、のらくら者に溢れた歩道に出かけてゆく、それはマドレーヌ広場の近くで、わたしはそこへ、散策したり、煙草をすったり、その日の新聞が語っていることについて考えたり、というのはつまり新聞が語っていない一切を自分に物語ることなのだが、そういうことをしに行くのを習慣としてきた。程なくわたしは、同じ気楽な道を、わたしとは逆の方向に、思いにふけりながらやって来るテスト氏にばったり出くわす――

わたしとテスト氏は散歩でどういうことをするのであろう。一応煙草をすうことと新聞を種にして想像力を鍛えることとをあげてはいるのだが。

――われわれは、それぞれ自分の考えごとから離れる。いっしょになって、この公道のおだやかだがはっきりとつかみかねる動きを見つめる。それは、さまざまなかげや、輪や、流れ動くような構成物や、軽やかな動作などを乗せてゆくが、時にはもっと純粋な精妙なものを運んでゆく――

要するにぼさっとしてわたしとテスト氏はまずこの甘美な通行を飲むように見とれているらしい。ついで聴く。

――われわれは、錯綜する馬たちや絶えまなく続く人間の足音の多種多様なニュアンスで頭をいっぱいにしながら、この広い通りの、混りあった物音に、精巧な耳で聞き入る――。

一様な顔をした人人の相互変換をみて、二人はこの群集の断片とはなるまいとねがいながらも、散歩をしている群集に融けこむことによって二人の散歩は完了する。

――わたしをかけがえのない存在としているものが、ここのこの厖大な人の群や束の間の豊かさに混りあっている――

JULY 15

Game Machine's Best Hit Games 25

■テーブル型ＴＶゲーム機 (TABLE VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
❶	—	ダークシール（データイースト） Gate of Doom [Dark Seal] (Data East)	8.67
2	1	雷電（セイブ／テクモ） Raiden (Seibu)	7.71
❸	—	ボナンザ・ブラザーズ（セガ社） Bonanza Bros. (Sega)	7.28
❹	—	エア・デュエル（アイレム） Air Duel (Irem)	7.27
5	3	コラムス（セガ社） Columns (Sega)	7.15
❻	9	テトリス（セガ社） Tetris(Sega)	6.89
7	5	M.V.P.（セガ社） M.V.P. (Sega)	6.71
8	2	トライゴン（コナミ） Lightning Fighters [Trigon] (Konami)	6.60
❾	14	ワールドカップ '90（テクモ） World Cup '90 (Tecmo)	6.50
❿	13	ラフレーサー（セガ社） Rough Racer (Sega)	6.44
11	8	ファイナルファイト（カプコン） Final Fight (Capcom)	6.38
12	4	パロディウスだ！（コナミ） Parodius (Konami)	6.31
13	10	スノーブラザーズ（東亜プラン／テクモ） Snow Bros. (Toaplan)	6.30
14	7	戦場の狼 II（カプコン） Mercs (Capcom)	6.13
15	6	エイリアンストーム（セガ社） Alien Storm (Sega)	6.13
16	11	スーパーマスターズ（セガ社） Super Masters (Sega)	6.00
17	12	メジャータイトル（アイレム） Major Title (Irem)	5.80
18	16	ハットリス（ビデオシステム／タイトー） Hatris (Video System/Taito)	5.71
⓳	22	ハテナ？の大冒険（カプコン） Adventure Quiz II* (Capcom)	5.64
20	18	カプコンワールド（カプコン） Capcom World* (Capcom)	5.54
㉑	28	ワールドスタジアム '89（ナムコ） World Stadium '89 (Namco)	5.53
㉒	30	スーパーフォーミュラ（ビデオシステム／タイトー） Super Formula (Video System/Taito)	5.51
23	15	エイリアンズ（コナミ） Aliens (Konami)	5.50
㉔	26	苦胃頭捕物帳（タイトー） Quiz Detective Story* (Taito)	5.47
25	23	球界道中記（ナムコ） Kyukai-Dochuki (Namco)	5.47

* The Traditional Japanese Games or Japanese Quiz Game, etc.

評価 (RATING)　調査ロケーションの設置機種を売上げと人気度から見たランク付けで、各オペレーターの判断によるデータを集計、その平均値を示したもの。数字の意味は10：これ以上ない爆発的な人気と売上げ、9：すばらしい人気と売上げ、8：大変いい人気と売上げ、7：いい人気と売上げ、6：まあいい人気と売上げ、5：平均的なもの、4：平均以下(以下省略)

■アップライト、コックピット型ＴＶゲーム機 (UPRIGHT / COCKPIT VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
❶	2	ファイナルラップ（デラックス）（ナムコ） Final Lap (Deluxe) (Namco)	8.33
2	1	G－LOC（デラックス）（セガ社） G-LOC (Deluxe) (Sega)	7.89
3	3	ビーストバスターズ（SNK） Beast Busters (SNK)	7.75
❹	5	ハード・ドライビング（アタリゲームズ／ナムコ） Hard Drivin' (Atari Games/Namco)	7.27
❺	8	スーパーモナコGP（デラックス）（セガ社） Super Monaco GP (Deluxe) (Sega)	7.11
❻	11	ビッグラン（ジャレコ） Big Run (Jaleco)	7.00
7	6	ファイナルラップ（スタンダード）（ナムコ） Final Lap (Standard) (Namco)	6.78
8	7	WGP（デラックス）（タイトー） WGP (Deluxe) (Taito)	6.53
9	9	アウトラン（デラックス）（セガ社） Out Run (Deluxe) (Sega)	6.38
❿	15	ウイニングラン鈴鹿GP（ナムコ） Winning Run-Suzuka GP (Namco)	6.24
⓫	12	ターボアウトラン（セガ社） Turbo Out Run (Sega)	6.18
⓬	14	バトルシャーク（タイトー） Battle Shark (Taito)	6.08
13	13	フォートラックス（ナムコ） Four Trax (Namco)	6.01
⓮	—	メタルホーク（ナムコ） Metal Hawk (Namco)	6.00
⓯	—	トップランディング（タイトー） Top Landing (Taito)	6.00

■麻雀ＴＶゲーム機 (MAHJONG VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	麻雀大予言（ビデオシステム） Mahjong Prediction* (Video System)	6.00
❷	3	麻雀ねらえ！トップスター（日本物産） Mahjong Top Star* (Nichibutsu)	5.76
3	2	麻雀レディーハンター（日本物産） Mahjong The Lady-hunter* (Nichibutsu)	5.47
4	4	麻雀ファンクラブ（ビデオシステム） Mahjong Groupie* (Video System)	5.40
❺	8	麻雀夏物語（ビデオシステム） Mahjong Summer Story* (Video System)	5.31

■フリッパー (FLIPPERS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	オペラ座の怪人（データイースト） Phantom of The Opera (Data East)	7.75
❷	3	ワールウインド（ウィリアムズ） Whirl Wind (Williams)	6.60
❸	—	マンデーナイト・フットボール（データイースト） Monday Night Football (Data East)	6.00
4	2	アースシェイカー（ウィリアムズ） Earthshaker (Williams)	5.75
❺	8	ジョーカーズ（ウィリアムズ） Jokerz! (Williams)	5.33

米国「リプレイ」誌　ザ・プレイヤーズ・チョイス

7月号から

アップライト・ビデオ

	機種名（メーカー名）	評価
1	ＴＭＮＴ〔タートルズ〕（コナミ）	9.52
2	Ｇ－ＬＯＣ（セガ社）	9.00
3	ハードドライビング（アタリゲームズ）	8.74
4	スマッシュＴＶ（ウィリアムズ）	8.54
5	ギャラクシーフォース（セガ社）	8.50
6	マークス〔戦場の狼 II〕（カプコン）	8.32
7	ファイナルラップ（ナムコ／アタリゲームズ）	8.03
8	ツーデュード・オフロード（レーランド）	7.87
9	オフロード（レーランド）	7.80
10	ビーストバスターズ（ＳＮＫ）	7.64
11	ビッグラン（ジャレコ）	7.64
12	ターボアウトラン（セガ社）	7.51
13	サイバーボール 2072（アタリゲームズ）	7.39
14	オペレーション・サンダーボルト（タイトー）	7.36
15	チェイスＨ.Ｑ.（タイトー）	7.26
16	Ｓ.Ｃ.Ｉ.（タイトー）	7.25
17	スタンランナー（アタリゲームズ）	7.23
18	アウトラン（セガ社）	7.12
19	スーパーハングオン（セガ社）	6.99
20	パワードリフト（セガ社）	6.89
21	サイバーボール（アタリゲームズ）	6.87
22	クライムファイターズ（コナミ）	6.83
23	ナーク（ウィリアムズ）	6.75
24	アフターバーナー（セガ社）	6.71
25	ミッドナイト・レジスタンス（データイースト）	6.71

ベスト・ニュービデオ

	機種名（メーカー名）	評価
1	ライン・オブ・ファイア（セガ社）	8.00
2	ウイニングラン（ナムコ／ベラム）	8.00
3	サンダージョーズ（アタリゲームズ）	8.00
4	スポーツマッチ（ダイナックス／ファブテック）	8.00
5	ＷＧＰ（タイトー）	7.75

ベスト・ソフトウェア

	機種名（メーカー名）	評価
1	ファイナルファイト（カプコン）	9.22
2	コンバットライブス（テクノス）	8.43
3	カダッシュ（タイトー）	8.27
4	ＷＷＦスーパースターズ（テクノス）	8.19
5	エイリアンズ（コナミ）	7.98
6	エアバスター（金子／シャープイメージ）	7.78
7	Ｍ.Ｖ.Ｐ.（セガ社）	7.74
8	ＤＪボーイ（金子／サミー）	7.67
9	ライティングファイターズ〔トライゴン〕（コナミ）	7.43
10	ゴールデンアックス（セガ社）	7.38
11	オフロード・トラックパック（レーランド）	7.20
12	ブロックアウト（テクノス）	7.19
13	スノーブラザーズ（東亜プラン／ロムスター）	7.18
14	トキ〔ＪＵＪＵ伝説〕（ＴＡＤ／ファブテック）	7.14
15	ブロクシード（セガ社）	7.14
16	ＶＳ．クライムファイターズ（コナミ）	7.08
17	バイオレンスファイト（タイトー）	7.07
18	バスターブラザーズ〔ポンピングワールド〕（ミッチェル／カプコン）	7.00
19	バッドランズ（アタリゲームズ）	7.00
20	ワールドカップ '90（テクモ）	7.00

フリッパー

	機種名（メーカー名）	評価
1	ワール・ウインド（ウィリアムズ）	8.63
2	エルバイラ（ミッドウェー）	8.48
3	プールシャークス（ミッドウェー）	8.47
4	ローラーゲームズ（ウィリアムズ）	8.34
5	ファントム・オブ・ジ・オペラ（データイースト）	8.24
6	アースシェイカー（ウィリアムズ）	8.18
7	ポリスフォース（ウィリアムズ）	7.79

《本紙特約》　調査方法は本紙「ベストヒットゲームズ25」と同様だが、アップライト中心の米国市場なので分類など異なる点がある。日本語版にするに当たり機種名、開発メーカー名などの註を加えた。

Overseas Readers Column

Nintendo Explains Its "Super Famicom"

"Super Famicom" of Nintendo

On June 21, Nintendo Co., Ltd., Kyoto, announced a concrete sales plan for its long-awaited new home video "Super Famicom". According to it, "Super Famicom" with a built-in 16-bit CPU, will be sold on November 11 at 25,000 yen for hardware and 7,000 to 8,000 yen for software. Nintendo attributes the delay to the prolonged shortages of IC chips, including masked ROM, and to the fact that it has taken long time to develop good software suitable for new hardware.

At the same time, three titles of game cartridge will be released – "Super Mario 4", "F-Zero" and "Flight Club". Thereafter, one title will be shipped every month, including "New Legend of Zelda" and "Sim City". Apart from these game titles from Nintendo, software from "Third Party" companies will also be released. The "Third Party" agreement is joined by 33 manufacturers, including Data East, Irem, Jaleco, Konami, Seta, SNK, Sun Electronics, Taito and Tecmo.

For the time being, "Super Famicom" is intended for the domestic market alone, and plans for overseas markets are unclear. In July 1983 Nintendo released " Family Computer" with a built-in 8-bit CPU, and since 1986 it has been shipping its overseas version "Nintendo Entertainment System" (NES) mainly to the American market. Sales of "Famicom" plus "NES" so far achieved by Nintendo have reached more than 40 million units for hardware and about 350 million units for software (in the form of cartridges) – thus achieving a historical hit.

The home video system, which stands in rivalry with "Super Famicom" is Sega's "Mega Drive" ("Genesis" for overseas) alone, and they are expected to compete with each other severely. Sega's "Mega Drive" is composed of hardware having a built-in 16-bit CPU, and its software is being enriched with the support of its "Third Party" members, including Namco, Taito and Tengen. Another system is also available – NEC Home Electronics' "PC Engine" ("Turbo-Grafx 16" for overseas). Similar to "Famicom" and Sega's "Master System", it has an 8-bit CPU.

"PC Engine" is a graphic controller employing a 16-bit system, and designed to give a more vivid screen image. The reason why "16" was suffixed ("Turbo-Grafx 16") in releasing in the U.S. is that in the U.S. home video game market, CPU is not taken as a criterion – explains NEC's spokesman. In the future, NEC may market a version with a 16-bit CPU, when it will have some difficulty, since the use of a 16-bit CPU has quite a different meaning from that of an 8-bit CPU.

Sega Japan Reports Its Favorable Earning

Sega Enterprises, Ltd., Tokyo, has recently announced its revenue and net income for the fiscal year ended at the end of April 1990. According to it, both increased significantly, due mainly to the increased revenue from consumer products, including home videos, and operation income.

According to Sega, its revenue for the fiscal year totaled 78,634 million yen (up 42.4% compared to the prior year), net income is 4,845 million yen (up 69.7%), and net income per share is 119.95 yen (up 9.8%). A look at the revenue breakdown shows: 21,606 million yen for coin-op games sales (27.5% of total), 17,325 million yen for coin-op operation income (22.0%), 39,152 million yen for consumer products sales (49.8%), and 550 million yen for royalty (0.7%).

Of the revenue, exports occupied a large 47.6% (45.8% in the prior year). Sega exported 26,874 million yen of consumer products (16,845 million yen in the prior year), and 10,151 million yen of coin-op products (8,097 million yen in the prior year). The growth of coin-op products exports is

"Game Gear" of Sega

attributable to the rapid growth of slot machines exports to Taiwan, etc. Consumer products exports mainly consisted of shipments of Sega 16-bit "Genesis" in the U.S.

In September 1990, Sega will release handheld color video game "Game Gear" in Japan. Incidentally, the company will change the closing time for its settlement of accounts from end April to end March. Its revenue for the 11 months from May 1990 to March 1991 is expected to total 93,000 million yen, net income 5,900 million yen, and net income per share 132.80 yen. The annual general meeting of shareholders of Sega will be held on July 27.

Seibu Makes "Raiden" Kit

The space-themed video kit "Raiden" has been shipped in mid-June for domestic market. This video game is developed and manufactured by Seibu Kaihatsu, Inc., Tokyo. Hitoshi Hamada, president of the company, is shy and has never announced its product release.

The "Raiden" kits have been shipped by Tecmo Co., Tokyo, for domestic market, and by Fabtek, WA, for U.S. market. The address of the company is as follows:

Seibu Kaihatsu, Inc.
2-20-1, Misakicho, Chiyoda,
Tokyo 101
phone (03) 238-9169
fax phone (03) 238-9187

Taito Corp. Announced Result '89

Taito Corp., Tokyo, announced on June 26 that for fiscal year ended at the end of March 1990, revenue totaled 61,725 million yen (up 13.2% over 54,509 million yen in the prior year) and net income is 2,889 million yen (up 42.3% over 2,030 million yen in the prior year), both showing a favorable growth.

Since the company's stocks are not opened on the counter nor listed on the market, its financial statements are not usually announced. However, since the stockholders include some banks, their outline alone is announced to the public. According to it, both revenue and net income are smaller than those of Sega Enterprises, but there is no change that Taito is one of the major manufacturers, and Japan's largest operator company.

It is said that, in the near future, Taito will list its stocks on the stock exchange.

Editor: *Masumi Akagi*
Amusement Press, Inc.
18-2, Doyamacho, Kita-ku,
Osaka, 530 Japan
faxphone (81) 6-314-3821
© 1990 Amusement Press, Inc.

サンダーフォックス

THUNDER FOX™

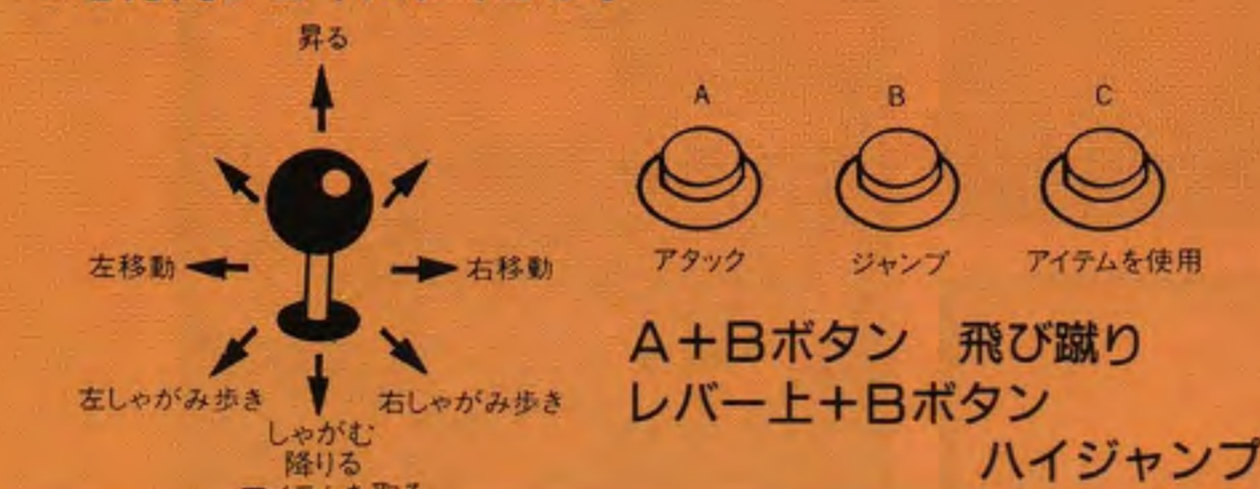
199X年、世界はテロの暗雲に覆われた。
陸に、空に、海に侵略の魔の手が迫る。
しかし勇敢にもこの危機に立ち向う2人の男がいた。
彼等の名は、対テロリスト・チーム
"サンダーフォックス"。

■ゲームの概要

- 2P同時プレイ可能なサイドビュウスクロールアクションゲーム。陸・空・海に展開する全5ステージ。3種類のビークルと5種類の火器が登場。
- 片側2Pダブルコンパネ使用。
- コンティニューあり。
- LIFEかTIMEが"0"になるとストックが減るLIFE+ストック制。
- 8方向ジョイスティック。

昇る / 左移動 / 右移動 / 左しゃがみ歩き / 右しゃがみ歩き / しゃがむ 降りる アイテムを取る

A アタック / B ジャンプ / C アイテムを使用

A+Bボタン 飛び蹴り
レバー上+Bボタン ハイジャンプ

ナンシーより緊急連絡! クイズに答えて犯人を逮捕せよ!

クイズ H.Q.

QUIZ H.Q.

とある都市の5つの地域で奇妙な事件が起っていた！いきなりクイズを出して、答えられなかった者から金品をうばうというものだ。事件解決のため2人の刑事が立ち上がった。

●片側2Pダブルコンパネ使用

全5ステージ、クイズに正解して、犯人を追いつめる。ステージごとに、クリアボーナス、ナンシーからのチャンスモード、ヘリの補給などがあります。スパナのストックがなくなるとゲーム・オーバー。

ヘリコプターのシミュレーションゲーム

エアインフェルノ

ゲームは基礎編と救助編があります。基礎編での〈消火練習〉は、フィールド上の火を消火剤で消すと又別の場所から火が出現、一定数消火すると着陸命令が出て終了します。救助編では〈タンカー火災〉〈高層ビル火災〉煙を目標に接近して火災を消火し、ヘリポートに着陸し、着陸すれば救助成功となります。〈人命救助〉では火山シーンと砂漠シーンがあり、消火活動はなく人命救助のみですが、スリリングな決死の作業が画面いっぱいに展開されます。

DX可動タイプ
D＝2110mm H＝1785mm
W＝1355mm

消費電力＝305W
型式＝〒95-3399
重量＝330kg

※操作はスタートボタンでON・OFFし、操作レバーで前進、後退、左右と動かし、レバーの中には消火剤噴射ボタンがあります。足元のペダルで左旋回、右旋回し、スロットレバーでパワーアップ(上昇)、パワーダウン(下降)します。

★筐体の仕様外観は改良のため、予告なく変更する場合があります★